



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA
CATARINA CENTRO DE CIÊNCIAS DA
EDUCAÇÃO PROGRAMA DE PÓS
GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

VIVIANE ONGARO

**PERCEPÇÕES DE JOVENS ESTUDANTES SOBRE *FAKE*
NEWS/DESINFORMAÇÃO: IMPLICAÇÕES NA VIDA EM SOCIEDADE E AS
POSSIBILIDADES EDUCATIVAS NA ESCOLA**

FLORIANÓPOLIS
2023

Viviane Ongaro

Percepções de jovens estudantes sobre *Fake News*/desinformação: implicações na vida em sociedade e as possibilidades educativas na escola

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) para a obtenção do título de Doutor em Educação.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Monica Fantin.

Florianópolis

2023

**Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da
UFSC.**

Ongaro, Viviane

Percepções de jovens estudantes sobre Fake
News/desinformação: : implicações na vida em sociedade e as
possibilidades educativas na escola / Viviane Ongaro ;
orientador, Monica Fantin, 2023.
308 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós
Graduação em Educação, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Educação. 2. Cultura Digital . 3. Desinformação . 4.
Mídia-Educação . 5. Competências Midiáticas. I. Fantin,
Monica . II. Universidade Federal de Santa Catarina.
Programa de Pós-Graduação em Educação. III. Título.

Viviane Ongaro

Percepções de jovens estudantes sobre *fake news*/desinformação: implicações na vida em sociedade e as possibilidades educativas na escola

O presente trabalho em nível de doutorado foi avaliado e aprovado, em 11 de abril de 2023 pela banca examinadora pelos seguintes membros:

Prof.(a) Gilka Elvira Ponzi Girardello, Dr.(a)
Instituição – MEN/CED/UFSC

Prof.(a) Lyana Virgínia Thédiga de Miranda, Dr.(a)
Instituição – NICA/UFSC

Prof.(a) Ana Luisa Fayet Sallas, Dr.(a)
Instituição – UFPR

Prof.(a) Gabriela Borges Martins Caravela, Dr.(a)
Instituição – UFJF/UALG

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de doutora em Educação.

Insira neste espaço a
assinatura digital

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Insira neste espaço a
assinatura digital

Prof.(a) Monica Fantin Dr.(a)

Orientador(a)

Florianópolis, 2023

Dedico este trabalho às mulheres (fortes) que, com seus exemplos e experiências de vida e, em meio a tantas adversidades, me ensinaram a ser quem eu sou. Bisa Leonor Dugonski; Bisa Rosa Ferrarini; Madrinha Carmem Lúcia Dugonski; Silvana Coradin Rosenente; Rochele Allgayer e a minha amada Mãe (guerreira) Altina das Graças Dugonski. A todas meu eterno agradecimento e admiração.

AGRADECIMENTOS

Esta é a hora de agradecer àqueles que, de alguma forma, estiveram comigo em toda minha jornada acadêmica que encerra um novo ciclo, com a conclusão do Doutorado. A todos vocês minha eterna gratidão, admiração e infinito amor. Obrigada por trilharem comigo todos os momentos (felizes e difíceis) deste longo e belo caminho.

A Deus por sempre estar comigo, mesmo que eu não mereça, guiando e orientando os meus passos.

A Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (minha mãezinha do céu) que me acolhe em seus braços, em todos os momentos da vida.

A minha mãe nesta terra, Altina das Graças Dugonski (a guerreira) meu porto seguro, minha companheira, amiga, confidente, enfim, minha vida. Tudo o que tenho e sou devo a senhora, minha mãe amada. Obrigada por existir e por estar comigo em cada momento. Este Doutorado também é seu.

Ao meu pai Vitor Antônio Ongaro, que em suas dificuldades da vida, permitiu que eu estudasse e chegasse até aqui. Pai, seu esforço valeu a pena!

Aos meus irmãos Vladimir Vitor Ongaro e Liliane Ongaro Chmielewski, meus companheiros de jornada em todos os momentos da vida. Essa conquista também pertence a vocês!

Aos meus cunhados Rodrigo Chmielewski e Dulciliane Ongaro, pelo apoio nesta longa e importante jornada.

Aos meus amados sobrinhos Maria Vitória Ongaro, Bernardo Rodrigo Chmielewski e João Mateus Ongaro. Saibam que foram fundamentais neste processo. Sem a presença e o amor de vocês minha vida não teria sentido.

A minha madrinha Carmem Lúcia Dugonski de quem tenho apoio incondicional (de mãe) desde que nasci.

A minha prima Franciany Dugonski por todos os momentos e por me acompanhar no processo de seleção do Doutorado.

Aos meus irmãos “postiços” Jean Forneck e Joseane Elisa Martins que me acolheram carinhosamente durante todo o percurso do Doutorado. Amo vocês!

As minhas amigas: Elaine Fracaro; Silvana Coradin; Silvana Mara Morigi; Yone Nadolny (*in memoriam*); e Margareth Schwab. Obrigada pelo apoio e por estarem sempre comigo nos projetos que desenvolvo.

A doce e querida Cleusa da Fé que me ajudou muito durante o Doutorado. Amigos verdadeiros se reconhecem durante as dificuldades da vida.

Aos amigos do Centro Universitário UniOpet que não mediram esforços para me ajudar na conclusão do Doutorado, inclusive me substituindo em sala de aula: aos queridos Eduardo Damasceno; Rochelle Allgayer; e Laci Redua (*in memoriam*).

Aos companheiros maravilhosos do Doutorado com quem pude contar durante todo o curso: Lucia Valente; Lizyane dos Santos; Karine Joulie Martins; Klauter Bez Fontana e Machaia Mualaca.

Aos professores da minha banca de qualificação que me ajudaram no processo de melhoria deste trabalho. Obrigada professoras: Dra. Ana Luisa Fayet Sallas (Universidade Federal do Paraná – UFPR); Dra. Gabriela Borges Martins Caravela (Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF); Dra. Gilka Girardello (Universidade Federal de Santa Catarina -UFSC; e Dra. Lyana Virgínia Thédiga de Miranda (Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC).

Ao meu amigo Drº José Douglas Alves dos Santos que ajudou na leitura deste trabalho. Sua participação foi fundamental no processo, não só pelas dicas como também pelo apoio. Agradeço também ao Drº Éverton Vasconcelos de Almeida – SEE/SC e suas contribuições.

E, finalmente a minha orientadora Dra. Monica Fantin com quem pude contar o tempo todo, incondicionalmente. Alguém que se mostrou companheira até mesmo nos momentos mais difíceis da vida. Nunca vou esquecer seu carinho, seus conselhos, sua presença e seus ensinamentos. Obrigada por fazer parte da minha vida e da minha história acadêmica.

RESUMO

A pesquisa busca compreender as percepções de jovens estudantes e suas práticas midiáticas no contexto de uma sociedade marcada pela desinformação, um fenômeno que não é novo, mas que ganhou notoriedade no âmbito da cultura digital, causando inúmeros transtornos políticos, econômicos, sociais, culturais e educativos. A pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, foi realizada com jovens estudantes, entre 14 e 21 anos, de instituições públicas e privadas de Curitiba/PR e Região Metropolitana, que participaram de oficinas *online* e presencial sobre a temática da *Fake News*/ desinformação, com objetivo de identificar como esses estudantes recebem, compreendem, analisam, checam e compartilham as informações entre seus pares. Fundamentada nos estudos culturais e na mídia-educação, a análise das oficinas sugere algumas pistas sobre a construção das competências midiáticas no contexto das culturas juvenis e como a escola pode/deve desenvolver um trabalho na perspectiva da mídia-educação, de modo a construir uma melhor compreensão de si, do outro e do mundo, produzindo e compartilhando mensagens e informações com responsabilidade na perspectiva da cidadania.

Palavra-chave: cultura digital; fake news; desinformação; competências midiáticas; mídia-educação; redes sociais; jovens estudantes; escola.

ABSTRAT

The research seeks to understand the perceptions of young students and their media practices in the context of a society marked by misinformation, a phenomenon that is not new, but which has gained notoriety in the context of digital culture, causing numerous political, economic, social, cultural and educational upheavals. The exploratory research with a qualitative approach was carried out with young students, between 14 and 21 years old, from public and private institutions in Curitiba/PR and the Metropolitan Region, who participated in online and face-to-face workshops on the theme of Fake News/disinformation, with the objective of to identify how these students receive, understand, analyze, check and share information among their peers. Based on cultural studies and media-education, the analysis of the workshops suggests some clues about the construction of media skills in the context of youth cultures and how the school can/should develop work from the perspective of media-education, in order to build a better understanding of oneself, the other and the world, producing and sharing messages and information responsibly from the perspective of citizenship.

Keywords: digital culture; *fake news*; *misinformation*; media skills; media-education; social networks; young students; school.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem área da Vila Zumbi, em Colombo/Paraná.....	135
Figura2: Dependência do Colégio Zumbi dos Palmares (à esquerda) e Vila Zumbi dos Palmares (à direita).....	135
Figura 3: Bairro Boqueirão, em Curitiba.....	136
Figura 4: Espaço interno do Colégio Bastos Maia.....	136
Figura 5: Análise de imagens.....	161
Figura 6: Nuvem de palavras.....	162
Figura 7: Oficina presencial, <i>Jamboard</i>	172
Figura 8: Imagem de apresentação, <i>Jamboard</i>	172
Figura 9: Primeira interface do <i>Jamboard</i>	173
Figura 10: Segunda interface do <i>Jamboard</i>	174
Figura 11: Terceira interface do <i>Jamboard</i>	175
Figura 12: Quarta interface do <i>Jamboard</i>	176
Figura 13: Quinta interface do <i>Jamboard</i>	177
Figura 14: História em Quadrinhos.....	180
Figura 15: Pódio do jogo.....	184
Figura 16: Alguns momentos e imagens da oficina <i>online</i>	186

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Reflexões sobre a informação e avaliação de conteúdo.....	152
Quadro 2: Grau de confiabilidade das mídias (tradicional e digital).....	153
Quadro 3: Reflexões sobre o compartilhamento na rede.....	154
Quadro 4: Questões sobre desinformação.....	154
Quadro 5: Proteção de dados.....	155
Quadro 6: Grau de confiabilidade de fontes de informação oficial.....	155
Quadro 7: Questões sobre desenvolvimento e conteúdo digital.....	156
Quadro 8: Oficina <i>online</i> com cinco estudantes de 14 a 16 anos.....	167
Quadro 9: Oficina presencial com nove estudantes de 17 a 21 anos.....	167

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Áreas de competência.....	126
Tabela 2- Descrição das oficinas.....	143

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABC	Associação Brasileira de Comunicação Pública
ABI	Associação Brasileira de Imprensa
ABRAJI	Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
ABMD	Associação Brasileira de Mídia Digital
AJOR	Associação de Jornalismo Digital
ALFAMED	Red Universitária EuroAmericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía
OMS	Organização Mundial da Saúde
APJor	Associação Profissão Jornalista
CDR	Coalizão Direitos na Rede
CEPAL	Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
CCTCI	Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática
CGI.br	Comitê Gestor da Internet no Brasil
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CETIC	Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
CEPEDISA	Centro de Pesquisas e Estudos de Direito Sanitário
CGI	Comitê Gestor da Internet no Brasil
CNTE	Confederação Nacional em Educação
COHAPAR	Companhia de Habitação do Paraná
CONEP	Comissão Nacional de Ética em Pesquisa
DigComp	Quadro Europeu de Competências Digitais
FSP	Faculdade de Saúde Pública

FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
GEC	Grupo de Pesquisa Educação, Comunicação e Tecnologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IFLA	International Federation of Library Associations and Institutions
NPS	Net Promoter Score
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OEА	Organização dos Estados Americanos
OMS	Organização Mundial da Saúde
PCs	Personal Computer
PIB	Produto Interno Bruto
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
Rede PENSSAN	Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIMET	Sistema de Medição de Tráfego Internet
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UnB	Universidade de Brasília
UNISO	Universidade de Sorocaba
UFTM	Universidade Federal Triangulo Mineiro
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	18
2.COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE	
CONTEMPORÂNEA.....	29
2.1 SOBRE A COMUNICAÇÃO.....	29
2.2 PROCESSOS COMUNICATIVOS: SUJEITOS E MEDIAÇÕES NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO.....	39
2.3 DO SIGNIFICADO DA INFORMAÇÃO.....	43
2.4 A QUESTÃO DO ACESSO ÀS INFORMAÇÕES E ÀS TECNOLOGIAS NO CONTEXTO DA PANDEMIA.....	47
3. UM MERGULHO NO UNIVERSO DA [DES]INFORMAÇÃO	57
3.1 PÓS-VERDADE OU <i>FAKE NEWS</i> : O QUE MELHOR DEFINE A “DESINFORMAÇÃO”?.....	57
3.2 A CRISE DA INFORMAÇÃO OU A INFORMAÇÃO EM CRISE?.....	65
3.3 POLÍTICAS E LEIS SOBRE AS <i>FAKE NEWS</i>	82
3.4 QUAL O PAPEL DA EDUCAÇÃO DIANTE DA DESINFORMAÇÃO?.....	86
4. CULTURAS JUVENIS E SUAS PRÁTICAS MIDIÁTICAS NA CULTURA DIGITAL.....	90
4.1 O QUE É SER JOVEM?.....	90
4.2 CULTURAS JUVENIS.....	102
4.3 CONECTIVIDADE E INCLUSÃO DIGITAL.....	113
4.4 LITERACIA MIDIÁTICA DENTRO/ FORA DA ESCOLA.....	116
4.5 COMPETÊNCIAS MIDIÁTICAS.....	124
5. TRAJETÓRIAS/PERCURSO METODOLÓGICO, CAMPO DE ESTUDO E SUJEITOS DA PESQUISA.....	127
5.1 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	127
5.2 CAMPO EMPÍRICO.....	133
5.2.1 Colégio Estadual Zumbi dos Palmares e Colégio Bastos Maia.....	134

5.2.2 Vista às instituições de ensino e início da pandemia.....	137
5.3 A PROPOSTA DE OFICINA.....	140
5.4 A PARTICIPAÇÃO DOS ALUNOS.....	146
6. PERCEPÇÕES DE JOVENS ESTUDANTES SOBRE A DESINFORMAÇÃO: OFICINAS NA PERSPECTIVA DA MÍDIA-EDUCAÇÃO.....	149
6.1 PERFIL MIDIÁTICO DE JOVENS ESTUDANTES.....	149
6.1.1 Jovens e desinformação.....	152
6.2 IMPRESSÕES SOBRE ALGUMAS COMPETÊNCIAS MIDIÁTICAS.....	156
6.2.1 Literacia da informação e de dados.....	157
6.2.2 Em relação à comunicação e colaboração.....	157
6.2.3 Em relação à criação de conteúdo digital.....	158
6.2.3 Em relação à segurança.....	158
6.3. RESSIGNIFICAÇÕES JUVENIS SOBRE DESINFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO.....	159
6.4 PERCEPÇÕES E REPRESENTAÇÕES SOBRE <i>FAKE NEWS</i>	161
6.4.1 O que é desinformação.....	166
6.4.2 Atuação entre pares.....	168
6.5 COMO OS ADOLESCENTES/ JOVENS SE APROPRIAM DOS CONTEÚDOS MIDIÁTICOS?.....	170
6.5.1 Primeira interface do <i>Jamboard</i>	173
6.5.2 Segunda interface do <i>Jamboard</i>	174
6.5.3 Terceira interface do <i>Jamboard</i>	175
6.5.4 Quarta interface do <i>Jamboard</i>	176
6.5.5 Quinta interface do <i>Jamboard</i>	177
6.5.6 Apropriação de temas e elaboração de conteúdos.....	179
6.6 JOVENS E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: UM DEBATE FUNDAMENTAL.....	182
6.6.1 Como identificar notícias verdadeiras/falsas?.....	185
6.6.2 Confiabilidade e compartilhamento.....	187
6.7 ANÁLISES DE UMA MÍDIA-EDUCADORA: um “pós-editorial”.....	189

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	195
REFERÊNCIAS.....	205
ANEXO 1.....	244
ANEXO 2.....	257

INTRODUÇÃO

Agosto de 1997. Numa tarde ensolarada em Curitiba, uma jovem de apenas 22 anos, adentrava pela primeira vez à redação de um jornal impresso para realizar seu estágio. Faltavam apenas seis meses para a conclusão do curso de Jornalismo e a realização do sonho de ser profissional de mídia fez com que tomasse a difícil decisão de deixar para trás uma história de anos em sala de aula na Educação Infantil e no Ensino Fundamental para se aventurar num novo e enigmático ambiente de trabalho.

Aquele, sem sombra de dúvidas, foi um momento único. Mãos frias e trêmulas, olhos atentos, ansiedade, dificuldade para respirar, medo do que estava por vir. Era um mundo totalmente desconhecido. Na sala do antigo e extinto jornal “O Estado do Paraná”, conhecido popularmente por “Estadinho”, a recepção foi acolhedora. Entre inúmeras edições de jornais de todo o país, um copo de café na mesa e um cigarro de palha na boca, Mussa José Assis, o professor e pai postiço de todos os jornalistas que já adentraram naquela redação, recebeu a jovem professora/futura jornalista com as primeiras orientações para alguém que iria trabalhar diretamente com Claudio Dalla Benetta, o então chefe de reportagem e considerado um dos maiores profissionais da área no Paraná.

Absolutamente todas as instruções foram ouvidas da maneira mais atenta possível. Como agir, como se comportar, a quem se reportar, horários a cumprir e as atividades a serem feitas. Tudo precisava ser registrado o mais rápido possível, para mostrar o interesse e um “certo conhecimento” da área. Como acontece atualmente, naquela época as oportunidades no campo do Jornalismo eram raras e, portanto, era preciso abraçar aquela possibilidade que estava se desenhando e que poderia se mostrar um futuro promissor.

Os primeiros passos até a baia (como chamavam as mesas dispostas na redação naquela época) pareciam não ter fim. A estagiária, que tinha apenas o conhecimento teórico da faculdade, ainda tinha muito o que aprender e reconhecia isso. O primeiro choque foi encontrar um espaço enorme com cerca de duzentas pessoas. Um barulho imenso, que mais parecia o recreio da antiga Escola Municipal Carlos Fontoura Falavinha, em Colombo, Região Metropolitana de Curitiba, em que trabalhava anteriormente. Eram jornalistas dispostos em suas editorias atendendo telefonemas, escrevendo, ouvindo rádio, assistindo televisão, trocando ideias, consultando fontes e, tudo isso, ao mesmo tempo. Foi assustador!

Entre olhos curiosos de colegas para saber quem agora faria parte da equipe, uma orientação inicial: a redação estava mudando e as velhas máquinas de escrever haviam sido

extintas fazia poucos meses. Alguns colegas contaram que a mudança tinha sido um choque, principalmente, para os jornalistas “mais velhos”, já que na chegada do “maquinário” perderam páginas inteiras da edição de domingo (a com maior número de cadernos e páginas) por não saberem como utilizar a “novidade” chamada computador e não salvar as informações de forma correta. Houve até relatos de revolta e pedidos do retorno das antigas lixeiras ao lado das mesas em que eram jogadas as infinitas páginas datilografadas e que estavam erradas. Então, com a chegada das novas tecnologias, a primeira tarefa a ser aprendida era: “sempre salve o material”.

Os novos tempos também assustaram a “foquinha¹” recém-chegada, que nem havia se formado ainda e que só tinha tido contato com a informática em poucas aulas da faculdade. Lembrando que naquela época ter um computador em casa era um privilégio para poucos, normalmente pessoas com alto poder aquisitivo. Além do equipamento ser caro, o acesso à rede também era feito com muita dificuldade e de forma discada (pela linha telefônica) o que encarecia o serviço. As conexões costumavam acontecer na madrugada para não onerar o orçamento familiar.

Os primeiros dias naquela nova função, aprendendo, recebendo broncas (e foram muitas), observando os profissionais mais experientes e tentando “sugar” deles o conhecimento e reaprendendo a escrever de forma concisa, objetiva e direta, foram marcados por um fato que, à época, foi considerado extraordinário na redação: o recebimento de um *e-mail* de Portugal vindo pelo único computador da redação que fazia a conexão de forma discada e utilizado com uma impressora matricial. O alvoroço foi enorme já que esse tipo de recado só chegava, até então, via fax instalado na sala do jornalista Dante Alberti que trabalhava no local desde a década de 1960.

Foi a primeira experiência digital propriamente dita que aquela jovem estagiária havia de fato experimentado, sendo que outras milhares aconteceriam no decorrer de doze anos em que ficou naquela redação exercendo a função de repórter e pauteira. O remetente do *e-mail* (um policial português) solicitava que os jornalistas ajudassem a localizar uma jovem portuguesa que estava em Curitiba e que não fazia contato com a família há meses. Missão dada à estagiária, já que os outros repórteres estavam ocupados com matérias do dia, consideradas muito mais importantes. Inicialmente a jovem ficou apavorada devido as poucas informações

¹ Jargão jornalístico que se refere ao profissional jornalista recém-formado. Ver outras expressões em: https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/84233/11+expressoes+que+todo+jornalista+latino+americano+deve+saber. Acesso em: 17/03/2023, às 17h10.

que dispunha, entretanto, conseguiu cumpri-la e pôde naquele momento perceber o quanto a tecnologia iria mudar não só a forma de comunicação entre as pessoas, mas o próprio Jornalismo.

Essa mesma estagiária, agora jornalista e, também, professora de Jornalismo, testemunhou durante toda a sua carreira como o mundo se transformou num curto espaço de tempo com a presença digital na vida das pessoas. No caso do Jornalismo, não só a redação foi totalmente digitalizada, como as velhas agendas de papel com inúmeras fontes de informação, tão preciosas para os jornalistas, foram substituídas por agendas eletrônicas e os *releases* começaram a chegar instantaneamente por *e-mail*. As imagens? Essas não dependiam mais de rolos de filme de 36 poses. Tudo era digital e editado, acabando com a surpresa da revelação da imagem. Isso sem contar que ainda era preciso fazer um esforço enorme para tentar não perder nenhuma informação para os sites de notícia que tornaram o jornal impresso obsoleto. Afinal, a notícia dada na edição impressa do dia seguinte, já era velha e a forma de escrita *online* se tornou mais acessível para o leitor do que os textos impressos, mais aprofundados. Então, como encontrar um novo gancho para a matéria? Como atrair o leitor? Como não perder o inédito da informação? Não havia como e foi assim, que as velhas redações foram se extinguindo e com elas as rotativas, o cheiro de tinta e o fim das gigantes bobinas de papel jornal.

Essa mudança, é claro, não atingiu só o Jornalismo, mas todos os setores da sociedade. A cultura digital chegara para ficar e, com ela, todas as mudanças possíveis na forma de ser, estar, trocar, experimentar e compartilhar informações. Naquele momento, como curiosa sobre os Estudos da Comunicação, as reflexões se voltaram para o sociólogo canadense Marshal McLuhan, que em seu trabalho intitulado “A Galáxia de Gutenberg” (1964), ousou profetizar momentos que na época foram motivo de “chacota” entre seus colegas pesquisadores. Fato é que McLuhan foi um dos primeiros a levantar discussões acerca da potencialidade crescente dos meios que, poderiam num futuro não tão distante, garantir a interligação entre povos, encurtando distâncias, reconstruindo culturas, padrões e, principalmente, valores.

Os impactos da “Aldeia Global” foi/é irreversível. Mesmo distante da sala de aula e de crianças, sem esquecer suas raízes da docência para a infância, a antiga estagiária de Jornalismo observava atenta as mudanças no mundo e se perguntava: como esse impacto das mídias digitais atingiu a educação de crianças? Como será que os colegas professores estão enfrentando esses novos desafios? Quais os interesses dos estudantes que agora têm em mãos uma nova

“distração”, o celular? Vale ressaltar que, em 12 anos como repórter, em nenhum momento a temática da educação, deixou de fazer parte do interesse da jornalista, sendo um assunto pautado em várias oportunidades. Posteriormente, fez um mestrado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) pesquisando o tema **“Rádio escola-escola como prática para uma educação libertadora: estudo de caso do Centro de Socioeducação Curitiba (ONGARO, 2011²)**, com a orientação da Profa. Dra. Rosa Maria Dalla Costa e chegou ao Doutorado para estudar a relação entre jovens, tecnologias e educação, e entre diversos interesses e recortes, escolheu a questão das *Fake News* e a desinformação na percepção de jovens estudantes.

Diante deste quadro exposto, o **problema da pesquisa** diz respeito a identificar como os processos de interpretação, interação, produção e difusão de desinformação vem sendo compreendidos e utilizados pelos jovens estudantes.

As **hipóteses** iniciais sugeriam que: as informações divulgadas pelas redes sociais e compartilhadas pelos pares eram vistas com mais credibilidade do que as notícias recebidas via meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornal); e que a escola seria/é o espaço para o desenvolvimento das competências midiáticas entre os estudantes que poderiam/podem ser multiplicadores entre seus pares, familiares e a comunidade.

Ao revisitar autores como Freire (1980, 1996), Freinet (2004, 2010), Korczak (2013), as discussões acerca do uso das mídias na educação não são novidade. Desde meados do século XX a proximidade entre mídia/meios e educação era vista como crítica, mas, também, uma oportunidade de aprendizagem, já que estimulando as múltiplas linguagens, a criatividade, a criticidade e o trabalho em equipe, os alunos desenvolvem habilidades importantes no processo ensino-aprendizagem. Temática que retornou às rodas de conversa entre os estudiosos da educação com mais vitalidade nos últimos vinte anos no âmbito da cultura digital, apontando a necessidade da formação de cidadãos sintonizados com as características e demandas do século XXI.

Entretanto, nem o *boom* das tecnologias em nossas vidas e a necessidade de trabalhar as habilidades e competências midiáticas na cultura digital foram suficientes para que transformações nos currículos escolares primassem pela mídia-educação, seja com “disciplinas autônomas, currículo transversal, núcleos temáticos e outras possibilidades ligadas às práticas culturais midiáticas” (FANTIN, 2012, p. 437). Assim é possível verificar o quanto a educação

² Disponível em: http://www.ppge.ufpr.br/teses/M11_Viviane%20Ongaro.PDF.

ainda caminha a passos lentos, buscando se adaptar à nova realidade num “apego tradicionalista” e arraigado a conceitos e práticas pedagógicas pertencentes a educação do século XIX (CANÁRIO, 2006). A visão conteudista da escola e preparatória para concursos vestibulares ainda predomina com intuito de formar/treinar mão-de-obra direcionada às exigências de um mercado de trabalho capitalista, excluindo desta preparação a perspectiva mais humanista e a formação crítica, social e cidadã.

Considerada como uma metáfora potente na compreensão do tecido social e na construção de subjetividades (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 20), as mídias digitais como cultura, são importantes ferramentas para compreensão, interpretação e leitura crítica do mundo, para além de vistas na sua dimensão instrumental. Por isso, precisam estar contempladas na educação, pois na “era da informação”, a Educação nunca esteve tão próxima da Comunicação.

Portanto, compreender as características dos sujeitos na contemporaneidade, marcada pelo protagonismo e potencialidade das mídias digitais, pela fragmentação dos sujeitos (HALL, 2006) é fundamental. Entretanto, a escola convencional parece desassociada das práticas culturais da vida cotidiana e da chamada cultura algorítmica (PRADO, 2022, p. 116), em que “a relação entre um objeto do conhecimento e uma mente cognoscente é feita por meio de um sistema mediador algorítmico”(CARDOSO, 2019, n.p.) e as implicações do fenômeno da desinformação assumem proporções importantes nesse ecossistema comunicativo configurando um novo tipo de ecologia, que não é mais sujeitocêntrica, mas reticular e interativa” (DI FELICE, 2020, p. 6).

A mundialização da cultura com a ampliação da tecnociência, do consumo, das mídias e do indivíduo colocam em evidência questões globais e existenciais como afirmam Fantin & Rivoltella (2013). Assim, não há como pensar em comunicação sem considerar a diversidade cultural e multiculturalidade, e as questões de classe, etnia, gênero, espaços sociais, etc. O sentimento de pertencer a um “mundo sem fronteiras” que transcende as barreiras do tempo e do espaço, torna as redes e seus instrumentos e aplicativos, espaços para construção de novas identidades e, segundo Fantin & Rivoltella (2013, p.96), tal sentimento também “é promovido pela cultura digital”.

Para se entender a cultura digital não basta apenas associar a denominação de cultura com a etimologia da palavra digital. Vai muito além, inclusive das previsões de McLuhan(1964) ao destacar que os meios se tornaram definitivamente extensões do homem. Portanto, não se trata de apenas estudar a inserção e expansão do uso de meios digitais de informação e comunicação.

Trata-se antes de tudo de compreender “os tipos de signos que circulam nesses meios, os tipos de mensagem e processos de comunicação que neles se engendram” (SANTAELLA, 2003, p. 24).

As múltiplas plataformas de mídia, a possibilidade de encontrar num único aparelho todas as funções necessárias para suprir as necessidades do dia a dia e o fato do acesso a um grande fluxo de conteúdos, fez com que a cultura digital fosse baseada na *intermedialidade*, na *portabilidade* e na *personal media*/mídia pessoal, características que contribuíram com o surgimento do que Jenkins (2009) denomina de “Cultura da Convergência”, “Convergência de Mídia” e “Cultura Participativa”.

No contexto da cultura digital os jovens estudantes se veem em dois universos distintos: o *offline*, muitas vezes reforçado pelas próprias escolas que ainda sentem dificuldade em compreender como utilizar de forma eficaz esse universo digital e comunicacional; e o *online*, que permite o contato com a *web*, um mundo real e digital *na e além* da internet.

Mas, embora essa divisão ainda seja comum, Fantin (2020) cita o Manifesto *onlife*, de Luciano Floridi (2017), visto que os limites e fronteiras da vida *online* e da vida *offline* são cada vez mais tênues em nossa vida cotidiana. Para a autora, as tecnologias tornaram-se ambientes e tecidos culturais, sociais e interpretativos em que tecemos nossa vida, nossas relações e interações. E numa sociedade midiaticizada, onde os *media* possuem “autoridade” e protagonismo para definir a realidade e os padrões de interação social, compreender a visão que este fenômeno adquire para os jovens pode revelar aspectos para entender a importância da mídia na cultura e na sociedade.

Segundo Hjarvard (2014) a crescente importância dos meios na vida dos jovens, reflete-se no número de mídias que têm acesso e na quantidade de tempo que passam utilizando essas ferramentas. Ao invés da televisão e do rádio, antes muito utilizados pelas juventudes, hoje são os celulares/*smartphones*, a internet e as redes e diversos aplicativos que ganharam popularidade entre esta faixa etária, e não só.

Além da mudança na quantidade de horas “gastas”, a relação com a mídia também mudou, seja eletrônica, digital ou não. Os meios se tornaram mais interativos, possibilitando comunicações nas quais os jovens adquiriram a possibilidade de consumir e produzir, tornando-se *prosumers*. A mediação das redes virtuais induz a novos estilos de vida, de intercâmbios, de expressões e de processamento de informações. Experiências e práticas culturais se tornaram diferenciadas transformando pesquisas nesta área de suma importância no

sentido de estabelecer o que estas juventudes têm feito com a mídia e as tecnologias e o que a própria mídia e as tecnologias têm feito com estas juventudes³.

E a escola precisa lidar pedagogicamente com as tecnologias, construir mediações críticas diante dos usos das tecnologias, tensionando a questão da liberdade e do controle, da produção e navegação responsável na perspectiva da cidadania, juntamente com os familiares, pois os próprios pais e responsáveis também constroem as suas mediações. Entretanto, trabalho, escola, concentração e atenção, são os elementos apontados pelos adultos no sentido de justificar e/ou incentivar a redução do uso das mídias no cotidiano. No entanto, Boyd (2014, p 105) alerta que “muitos adultos não têm consciência de quão sociais são as suas experiências cotidianas e quão ansiosos estão os adolescentes por ter acesso a um mundo social como aquele que os adultos consideram um dado”.

Nesta perspectiva, o “empoderamento digital” (AGUADED et. al, 2018, p. 160) deve ser realizado através de uma aprendizagem de qualidade, não só pela utilização ativa de instrumentos, mas pelo desenvolvimento de competências digitais, como alertam Barbero (2009), Pretto (2014) e Miranda & Fantin (2018). À escola cabe desenvolver práticas pedagógicas que aproximem criticamente os jovens estudantes das experiências em rede (*on e offline*), em um universo cuja aprendizagens são diversificadas. Portanto, com base no que preconiza a mídia-educação, os usos das tecnologias na escola podem ser entendidos como uma possibilidade de “expressão, compreensão do mundo e, igualmente, como oportunidade de interação entre os alunos, alunos e professores e desses com o ambiente.” (MIRANDA & FANTIN, 2018, pp. 57- 58). Nesta perspectiva, as autoras sugerem que “abordar a competência midiática a partir de uma perspectiva social significa não só considerar o entrelaçamento dos saberes formais e informais na escola, mas compreender o ponto de vista de outras pessoas a fim de entendê-lo e enfatizá-lo em situações de interação”. E destacam a importância de contemplar diferentes pontos de vista a respeito.

Neste sentido o desenvolvimento das competências midiáticas deve criar oportunidades de pertencimento na cultura digital na perspectiva da cidadania. É preciso que os jovens possam se apropriar de recursos, ferramentas, serviços e espaços sociais que oportunizem outras formas

³ Entende-se aqui por juventudes, não apenas a etapa de vida cronológica de um grupo social ou uma categorização. As juventudes serão aqui entendidas a partir dos aspectos subjetivos, culturais, sociais e materiais de suas experiências nesse período da vida. A temática será aprofundada no capítulo 4 que aborda as Culturas Juvenis.

de participação no mundo digital, para além da capacitação digital e da educação para uma cidadania digital e das oportunidades de novos produtos, plataformas, serviços e conhecimentos, principalmente para o público jovem (SILVA, 2018). Há que se pensar em políticas públicas que evitem as desigualdades estruturais, garantindo a inclusão digital, diminuindo as diferenças e vulnerabilidades e investindo na produção de novos saberes e melhor qualificação profissional.

Assim, as competências midiáticas envolvem a reflexão para escolhas conscientes, deixando de aceitar de forma passiva e acrítica tudo o que se recebe pelas redes (BUCKINGHAM, 2011, n.p). E, no fenômeno da desinformação, popularmente conhecida como *Fake News*, essa escolha consciente pode fazer a diferença diante da exposição às mensagens relacionadas aos gostos, religiosidades, preferências políticas, preconceitos e outros assuntos nas redes sociais.

Vale destacar que a problemática da desinformação envolve todos os países do mundo, mas, no Brasil, tem se mostrado preocupante nos últimos anos, sobretudo, durante a crise sanitária de Covid-19, quando dados inverídicos divulgados e defendidos pelo próprio Ministério da Saúde estimularam o uso dos medicamentos ineficazes para prevenção e “cura do vírus”. A desinformação fez com que muitos cidadãos abdicassem do direito a vacina, único método eficaz comprovado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), condenando milhares de pessoas à morte e à exposição por variantes que se multiplicavam em decorrência da falta de vacinação em massa da população.

A percepção de que os brasileiros são altamente influenciados pelo fenômeno da desinformação já havia sido tematizada a partir dos dados publicados no final de 2018 pelo Instituto Ipsos⁴, revelando naquele momento, que os brasileiros são os que mais acreditam em *Fake News* no mundo. Segundo a pesquisa realizada em 27 países, 62% dos brasileiros entrevistados admitiram já ter acreditado em alguma notícia falsa. Outra pesquisa realizada pelo mesmo Instituto Ipsos, em 2019, sob encomenda do grupo canadense Centro para a Inovação em Governança Internacional, revelou ainda que dos entrevistados no mundo, 86% admitiram ter acreditado pelo menos uma vez em uma notícia falsa. O estudo revelou ainda que as redes sociais eram/são as principais responsáveis pela propagação das *Fake News*.

⁴ Disponível em: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-08/fake_news-report.pdf. Acesso em: 15/08/2019, às 20h36.

E nesse cenário, a forte influência das redes sociais atingem não apenas os adultos, mas, sobretudo, os jovens, conforme constata a pesquisa TIC KIDS Online Brasil realizada em 2021, pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br⁵, provocando inquietações no sentido de compreender e desvendar o ecossistema da comunicação na era digital e, principalmente, o impacto da desinformação entre os mais jovens.

Neste quadro, o **objetivo geral** da pesquisa consiste em identificar as percepções dos jovens estudantes sobre a desinformação, discutindo as formas de acesso, interpretação, checagem e compartilhamento de notícias e mensagens falsas e/ou verdadeiras, visando a elaboração de propostas educativas na escola.

Neste sentido, convidamos para participar do processo desta investigação, jovens estudantes na faixa etária dos 14 aos 21 alunos, do Ensino Fundamental, Médio e Superior de instituições de ensino públicas e privadas de Curitiba e de Colombo, cidade dormitório que fica a 18 km da capital paranaense.

Compreende-se aqui as percepções dos jovens estudantes pelo viés da comunicação, pelas mediações sociais e atos comunicacionais decorrentes, visto que as relações entre as pessoas e suas culturas, respondem (em partes) como recebem e emitem informações. Entretanto, é preciso lembrar que as culturas não são imóveis, mas se readaptam e transformam constantemente em diversos sentidos e direções.

Sendo assim, os olhares sobre as percepções dos jovens aproximam-se do entendimento de Merleau-Ponty (1966), *Fenomenologia da Percepção*, que reconhece as experiências vividas pelos sujeitos (sujeito/objeto; alma/corpo; interior/exterior; pensamento/linguagem) mostrando que os significados dados ao mundo não são meras elaborações intelectuais, já que os seres humanos e o mundo são polos indissociáveis. As percepções, para o autor, não são fragmentadas e, sim, estruturadas com significados, já que os elementos dependem da relação com o todo. Além disso, para ele, as percepções perpassam por “ver” o mundo além do visível,

⁵ A pesquisa aponta que 88% dos usuários da internet com idade entre 9 e 17 anos, possuem perfil em rede social. O *WhatsApp* foi a plataforma multimídia com maior proporção usuários, ou seja, 80% em 2021, sendo 70% em 2018. No decorrer de 2021, ou seja, em plena pandemia, assistir a vídeos, programas, filmes ou séries (84%), ouvir música (80%), enviar mensagens instantâneas (79%) e usar redes sociais (78%) foram as atividades online mais realizadas por crianças e adolescentes no Brasil. Disponível em: <https://www.cgi.br/publicacoes/indice/page:2>. Acesso em: 05/03/2023, às 23h17.

enxergando um lugar de possibilidades, nas relações do objeto-mundo concreto (MERLEAU-PONTY, 1999).

Entre os **objetivos específicos** listamos: 1. Analisar a relação entre as culturas juvenis e as práticas midiáticas de jovens estudantes. 2. Refletir sobre as relações de jovens estudantes com a (des)informação. 3. Identificar algumas competências midiáticas de jovens estudantes no âmbito da educação midiática e da *informational literacy* (busca, confiabilidade, interpretação, produção e compartilhamento de informações). 4. Elaborar um percurso mídia-educativa com Oficinas sobre *Fake News* com jovens estudantes.

Para alcançar tais objetivos, esta pesquisa é de caráter exploratório e se orienta por uma **metodologia** qualitativa com intervenção didática e dimensões colaborativas. A fundamentação teórica desta pesquisa pautou-se em estudos do campo da Educação e da Comunicação, e nos diálogos com autores no âmbito dos Estudos Culturais, Culturas Juvenis e Mídia-Educação, entre outros. A revisão de literatura também envolveu um estado da arte das pesquisas desenvolvido sobre a temática no decorrer dos últimos anos. Ressaltando que a pesquisa empírica foi desenvolvida com quatorze jovens estudantes do Ensino Fundamental II, Ensino Médio e Ensino Superior.

A pandemia alterou a proposta inicial da pesquisa empírica, sendo necessário diversas adaptações ao novo contexto. Entre os instrumentos de pesquisa empírica, houve a aplicação de questionário aos estudantes (antes e depois das oficinas) e a realização de oficinas *online* e presencial, realizadas em nove encontros no contraturno dos estudantes. As vozes, os olhares, as percepções e as impressões dos participantes da pesquisa foram analisadas a partir de eixos de análise que dialogam com aspectos das competências midiáticas sem a pretensão de generalizar as especificidades dos dados construídos neste contexto investigativo.

Os capítulos deste trabalho estão assim organizados: esta Introdução que configura o capítulo/a sessão I.

O capítulo/sessão II, trata da Comunicação e informação na sociedade contemporânea, a partir da complexidade do ecossistema comunicacional, da dependência dos dispositivos de mídia e da presença do fenômeno da desinformação na sociedade contemporânea.

O capítulo/sessão III, Um mergulho no universo da [des]informação, trata da temática da desinformação e das *Fake News* sob o olhar da crise de informação em pleno século XXI, quando paradoxalmente o ser humano dispõe de acesso às inúmeras ferramentas de comunicação e informação na cultura digital.

Culturas juvenis e suas práticas midiáticas na cultura digital, é o assunto do capítulo/sessão IV, que discute como os jovens constroem suas identidades, interações e sociabilidades na cultura digital. Também são discutidas as práticas midiáticas, a perspectiva da mídia-educação e as competências digitais na escola no processo de aprender, produzir e difundir conhecimento e informação.

O capítulo/sessão V aborda o **percurso metodológico**, o campo de estudo e os sujeitos da pesquisa empírica realizada com estudantes entre 14 e 21 anos, envolvendo questionário, observações, entrevista, diário de campo e oficinas *online* e presencial sobre a temática da *Fake News*.

As percepções de jovens estudantes sobre a desinformação é o título do capítulo/sessão VI, organizado em duas partes: a primeira traz um perfil do grupo elaborado a partir de um questionário com objetivo de situar como os jovens participantes da pesquisa compreendem a literacia de informação, a construção colaborativa de conteúdos nas redes e os procedimentos adotados no âmbito da segurança digital. A segunda parte traz aspectos e narrativas das oficinas realizadas com os jovens estudantes de forma *online* e presencial. Os dados construídos buscam situar como os jovens recebem, produzem, analisam e compartilham conteúdos diante de um contexto tão marcado pela desinformação. Discutidos a partir de três eixos de análise: percepções sobre desinformação; apropriação dos conteúdos, sua checagem e reconhecimento; a confiabilidade e o compartilhamento de dados recebidos/produzidos pelos jovens.

E, por fim, nas **considerações finais** retomamos o percurso da tese, com objetivos destacados nesta introdução, situando o que foi possível alcançar e indicando algumas reflexões construídas a partir da análise.

2. COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Ao refletir sobre a comunicação a partir da segunda metade do século XX, o capítulo visa tensionar algumas possibilidades de entendimento e análises das Teorias da Comunicação reafirmando a importância do diálogo com os Estudos Culturais e suas possíveis relações com os Estudos da e sobre a Juventude. As reflexões perpassam ainda por discussões sobre a complexidade do fluxo comunicacional e o fenômeno da desinformação em uma sociedade contemporânea altamente midiaticizada e dependente do uso das ferramentas digitais e suas funcionalidades.

2.1 SOBRE A COMUNICAÇÃO

Outubro de 2021. Em plena pandemia de Covid-19, quando o número de vítimas fatais em decorrência do SARS-CoV-2 alcançava (no mundo) o patamar surpreendente de quase 5 milhões⁶ e cidadãos de países inteiros se mantinham isolados tendo como principal via de comunicação as ferramentas tecnológicas e seus serviços, uma pane global na plataforma *WhatsApp* praticamente “afetou a órbita” do planeta, causando prejuízos em todos os setores da sociedade. Num intervalo de apenas seis horas fora do ar⁷, o *WhatsApp* que, no mundo conta com 2 bilhões de usuários⁸ e que no Brasil é a ferramenta escolhida por 84% dos empresários na hora de vender pela internet, seguida do *Instagram* (54%) e do *Facebook* (51%)⁹, promoveu estragos que incluem a queda no mercado de ações, reclamações dos usuários, dificuldade de comunicação, ansiedade, especulações e incertezas sobre o futuro do conglomerado de Mark Zuckerberg. Bastaram poucas horas “fora do ar” para que o *WhatsApp* - apenas uma entre as

⁶Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/mundo-passa-a-marca-de-5-milhoes-de-mortes-causadas-pela-covid-19/>. Acesso em: 10/08/2022, às 11h48.

⁷Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/10/04/whatsapp-fora-do-ar-o-que-se-sabe-ate-agora.ghtml>. Acesso em: 08/08/2022, às 16h41.

⁸Site *Statista*. Disponível em: <https://www.messengerpeople.com/pt-br/estatistica-mundial-de-usuarios-do-whatsapp-wechat-e-outros-aplicativos-de-mensagem/#:~:text=Com%202%20bilhões%20de%20usuários,bilhão%20em%20janeiro%20de%202022>. Acesso em: 10/08/2022, às 13h25.

⁹Site Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/d479c8cbe9240a25fbfc3e9f0e dda84/\\$File/31055.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/d479c8cbe9240a25fbfc3e9f0e dda84/$File/31055.pdf). Acesso em: 08/08/2022, às 16h48.

quinze plataformas digitais mais populares do mundo¹⁰- causasse o “caos” e tornasse perceptível como é difícil/impossível viver/conviver sem estar conectado no século XXI, afinal, metade da população mundial dispõe de um celular/*smartphone*¹¹ e realiza a maioria atividades do cotidiano dependendo direta/indiretamente da vida em rede e de sistemas automatizados.

Este é apenas um dos exemplos de como as tecnologias digitais ocupam hoje, um papel central nas experiências vivenciadas em todos os aspectos da vida social estando “estabelecida como uma estrutura primária (...) para dar sentido ao mundo e nosso lugar nele”. (SILVERSTONE, 2008¹²), já que as ferramentas e suas infinitas funcionalidades adentraram à vida dos cidadãos comuns sem pedir licença, mudando a forma de percepção que aos poucos vem sendo “substituída” por instrumentos comunicacionais diversos. É a tecnologia do encantamento, mais capacitante e incapacitante do que determinante, já que surge e existe “num mundo que não é totalmente criado por elas” (IBIDEM, 2002, p. 48).

Neste complexo processo de comunicação digital, “novas descobertas (...) nos afetam e nos fascinam como se fossem obras de arte – a arte que sempre representou um canal privilegiado de interpretação da realidade e que fascinou e deslumbrou o homem, evocando sensações não exclusivamente cognitivas, mas emocionais” (GRANATA, 2011¹³).

Sabemos que as tecnologias da informação e comunicação contribuíram para que o ser humano desse um salto quantitativo e qualitativo no que se refere ao desenvolvimento socioeconômico, no século XXI. Para tal, compreender os fenômenos atuais e a complexidade comunicacional contribui no entendimento de certos predomínios do espacial sobre o temporal (CEVASCO, 2001), de modo a evitar uma visão unilateral sobre as transformações, bem como desconstruir a ideia de um “tecnopessimismo” (RIVOLTELA, 2020), já que “uma das coisas mais lastimáveis para um ser humano é ele não pertencer a seu tempo. É se sentir, assim, um exilado de seu tempo” (FREIRE, 1984, p. 14).

¹⁰ O *Facebook* continua sendo a rede social mais acessada do mundo, seguida pelo *Youtube*, *WhatsApp*, *Facebook Messenger* e *Instagram*. Disponível em: <https://www.apptuts.net/tutorial/redes-sociais/top-redes-sociais-usadas-mundo/>. Acesso em: 10/08/2022, às 13h30.

¹¹ Pesquisa divulgada pela Strategy Analytics constatou que 3,85 bilhões de pessoas possuem um celular em 2021, ou seja, metade da população mundial. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/220009-pesquisa-estima-metade-populacao-mundial-tem-smartphones.htm>. Acesso em: 26/06/2022, às 12h10.

¹² Disponível em: Roger Silverstone defende estudo da mídia | Comunic@nte (wordpress.com). Acesso em: 16/08/2022, às 14h07.

¹³ Disponível em: Aesthetics and Technology as viewed by Paolo Granata : Paolo Granata. Acesso em: 15/08/2022, às 14h29.

Nas várias áreas do saber - Filosofia, Psicologia, Antropologia, Sociologia, Publicidade/Marketing/Jornalismo, Educação, e outras – a compreensão do estatuto da comunicação de sua época perpassa pela observação e entendimento de rupturas e pelo sistema técnico, com seus modelos culturais dominantes e o projeto de sustentação da organização econômica e jurídica. Na maioria das vezes, em cada época, surgem conflitos entre as lógicas técnicas, culturais e sociais, sobretudo, envolvendo as reais funcionalidades e impactos efetivos causados pelo surgimento de novas ferramentas comunicacionais.

Primeiramente, é preciso saber de onde se vem, evitando-se assim a ilusão de que tudo está sendo inventado agora em virtude dos avanços tecnológicos. O inverso é também um grave equívoco: imaginar que aquilo que vivemos hoje é mera repetição do que outrora existiu. Tampouco trata-se de uma evolução linear. Ora, a história não é simples justaposição de fatos, sendo o anterior causa da atual consequência. O percurso histórico não é mero avanço previsível. Ele é repleto de rupturas, surpresas, retrocessos, reinvenções e revoluções ocasionais. (PRIMO, et al, 2015, p. 517)

Embora as opiniões dos estudiosos em relação ao campo teórico da Comunicação sejam diversas, fato é que tais divergências ainda não se tornaram capazes de abarcar toda a complexidade dos fenômenos comunicacionais ao longo dos tempos. Os teóricos da comunicação ainda continuam (e devem continuar por muito tempo) a se debruçar em problemáticas que eclodiram no início do século XX, quando a comunicação e suas ferramentas chamavam a atenção por seu alcance, fascínio e usabilidade.

Silverstone (2008) enfatiza que estudar a mídia não é sinônimo de respostas conclusivas, mas, de levantamento de muitas questões. São temáticas que tentam decifrar os processos de manipulação, persuasão, influência, efeitos e funções. Pois,

Evidentemente a mídia causa efeitos, embora não necessariamente diretos e significativamente mensuráveis. A história da pesquisa da comunicação de massa foi dominada por tentativas de medir tais efeitos, mas as metodologias empregadas raramente conseguiram dar conta da sutileza, da profundidade e dos efeitos a médio e longo prazos da mídia e da sua capacidade de construir cultura. Esta análise depende do reconhecimento de que a mídia tem um status estrutural e até mesmo um status ontológico no nosso cotidiano. (IBIDEM, 2008, p. 2)

As inúmeras indagações e suas complexidades não só navegam no processo do fazer comunicativo como também nos próprios meios que intensificam as práticas comunicativas. Afinal, hoje é impossível desconsiderar que a possibilidade de se comunicar nunca foi tão rápida e imediata como na sociedade do século XXI, com o surgimento de uma nova

configuração espaçotemporal. Portanto, é preciso compreender e identificar momentos de “falhas no sistema”, as vulnerabilidades, o poder de persuasão, as formas de usabilidade da informação, os objetivos dos interlocutores, a via de comunicação, o processo de recepção, o compartilhamento, a escuta, a percepção, a inteligibilidade, o processo de mediação e os significados, já que

(...) as tecnologias da informação nos permitem rastrear associações de um modo antes impensável. Não porque subvertam a velha sociedade “humana” concreta, transformando-nos em *ciborgues* formais ou “pós-humanos” fantasmagóricos; o motivo é exatamente o oposto: tornam visível o que antes só existia virtualmente. (LATOUR, 2012, p. 299)

Vale destacar que apenas 27 anos separam o acesso e, conseqüentemente, a popularização dos primeiros PCs (*Personal Computer*) de uma verdadeira explosão de novos equipamentos tecnológicos úteis ao nosso cotidiano. É verdade também que, os mesmos, se tornam obsoletos e sem funcionalidade num piscar de olhos, um verdadeiro *Grand Bazaar*¹⁴ tecnológico que contribui para uma insatisfação coletiva, de uma sociedade com características de uma “modernidade líquida” (BAUMAN, 2013) dissolvendo tudo o que é sólido, no qual o novo se torna velho numa fração de segundos, num vasto mercado de consumo descartável.

Este complexo processo comunicacional pode ser entendido como o “nascimento de uma era” na qual é possível ultrapassar fronteiras num simples clique, diminuir/aumentar diferenças socioculturais, aproximar/afastar os povos, ampliar/limitar relações e, principalmente, garantir/comprometer premissas do pensamento democrático, como o liberdade, igualdade, fraternidade e solidariedade, já que “os sujeitos não são mais autóctones que as interações diretas. Também eles dependem de entidades que lhes permitem existir. Agora, enfim o “ator” é um reagrupamento totalmente artificial e rastreável. (...) (LATOUR, 2012, p. 300). O autor sugere que no futuro este resultado “importará muito para nossa definição de política”.

Decifrar a complexidade da comunicação mediada por *desktops*, *notebooks*, *celulares* e serviços de redes sociais, além de entender o processo de interação a partir de uma sociedade conectada, perpassa pelos diferentes atores sociais, considerando a reciprocidade, intenção e atuações de cada ator/interlocutor/interagente envolvido no processo comunicativo

¹⁴ O *Gran Bazar* fica na Turquia e é um dos maiores e mais antigos mercados cobertos do mundo, com mais de sessenta ruas e cerca de 5 mil lojas, atraindo milhares de visitantes todos os dias.

(RECUERO, 2009). Lembrando que comunicação pode ser considerada uma relação de compartilhamento com o outro, uma troca individual, algo que atravessa todas as atividades pertencentes ao cotidiano do ser humano, sendo “(...) um direito de cada um, uma espécie de serviço público da vida. (...) levanta a questão da relação entre eu e o outro, entre eu e o mundo, o que a torna indissociável da sociedade aberta, da modernidade e da democracia” (WOLTON, 2006. p. 14).

E, como enfatiza Freire (1983), o homem é um ser de relações, e sendo desafiado constantemente pela natureza, a transforma criando assim, seu próprio mundo da cultura e da história. Esse mundo humano e social está diretamente ligado à comunicabilidade. Portanto, a comunicação implica numa reciprocidade que não pode ser rompida e que deve estar alicerçada em torno do significado/significante. E para que o ato comunicativo seja eficiente deve existir um acordo recíproco entre os comunicantes, ou seja, a expressão verbal de um deve ser percebida pelo significado comum do outro.

Todo ato de pensar exige um sujeito que pensa, um objeto pensado, que mediatiza o primeiro sujeito do segundo, e a comunicação entre ambos, que se dá através de signos linguísticos. O mundo humano é, desta forma, um mundo de comunicação. (...) Se não há este acordo em torno dos signos, como expressões do objeto significado, não pode haver compreensão entre os sujeitos, o que impossibilita a comunicação. Isto é tão verdadeiro que, entre compreensão, inteligibilidade e comunicação não há separação, como se constituíssem momentos distintos do mesmo processo ou do mesmo ato. Pelo contrário, inteligibilidade e comunicação se dão simultaneamente. (FREIRE, 1983, p. 44, 46)

Imbuídos neste contexto altamente tecnológico e mutante é fundamental reconhecer que um pequeno celular/*smartphone* se tornou capaz de englobar, em um único aparelho, todas as funções de texto, áudio, imagem e vídeo, antes distribuídas entre os meios tradicionais como: jornal impresso; revista; rádio; televisão; cinema; fotografia; e telefone. Isso sem contar com a possibilidade de conexão alcançada pela *World Wide Web (www)*, que modificou completamente a forma de ver, pensar, agir, consumir e, principalmente, compartilhar informações. A convergência de mídia fez surgir novos fluxos de conteúdos, vias múltiplas plataformas e “consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 29).

Conectar-se passou a ser sinônimo de infinitas possibilidades comunicacionais e um “triunfo”, já que como sujeitos da sociedade contemporânea estamos mergulhados num

universo infinito de tecnologias digitais caracterizado não só e unicamente pelo avanço e disponibilidade de múltiplas ferramentas, como também pelo acesso infinito a inúmeras funcionalidades e usabilidades apresentadas e ofertadas como uma espécie de *menu* a todos os habitantes do planeta, buscando “atender aos diversos tipos e preferências dos interagentes” (PRIMO, 2018, p. 159).

O processo de comunicação digital, considerado um caminho sem volta e iniciado nas duas últimas décadas do século XX, transformou inicialmente, os leitores/espectadores em usuários (SANTAELLA, 2013), posteriormente em consumidores e produtores de conteúdos (*prosumers*) e, agora, em interagentes (PRIMO, 2017), sujeitos capazes – em apenas um único minuto - de publicar juntos e ao mesmo tempo, 347 mil novos *stories* no *Instagram*, 147 mil fotos no *Facebook* e 41 milhões de mensagens no *WhatsApp*, além de baixar 2.704 vezes o *Tik Tok* em novos dispositivos, de acordo com dados divulgados em 2020, pelo infográfico *Data Never Sleeps* da Domo¹⁵, empresa especializada em computação na nuvem e que fez uma pesquisa para detectar dados que são gerados por minuto no mundo.

A partir das transformações *online*, das conversações fluidas (PRIMO, 2017) e do acesso ilimitado às inúmeras plataformas de sociabilidade, se torna evidente que as relações receptivas de via única, mediadas até então pelos meios de comunicação tradicional perdem força, já que são impactadas pelo modo interativo bidirecional, inicialmente caracterizado pela chegada dos PCs (*Desktop, Notebook e Laptop*) e, posteriormente, com o acesso à rede mundial de computadores. Com o uso frequente das telas e a necessidade de aprender a conversar com elas, a análise do que se faz/e é possível fazer e o entendimento das habilidades a serem desenvolvidas com as tecnologias de mídias (TUFTE & CHRISTENSEN, 2009), surgiram novos olhares e significados sobre o tempo, lugar e espaço, “nascia aí a cultura da velocidade e das redes, que veio trazendo consigo a necessidade de simultaneamente acelerar e humanizar a nossa interação com as máquinas”(SANTAELLA, 2013, p. 233).

Se por um lado nos anos 50 e 60 do século XX, a Cibernética e a Teoria Matemática e da Informação (SHANNON, 1948) alinharam suas bases conceituais acreditando no surgimento de máquinas capazes de processar informação automaticamente simulando o funcionamento do cérebro humano (LE MOS, 2014), por outro, quase setenta anos depois, o salto tecnológico foi tão substancial e significativo que na segunda década do século XXI se

¹⁵ Disponível em: <https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-8>. Acesso em: 10/08/2022, às 13h37.

discute sobre uma possível consciência da Inteligência Artificial (IA)¹⁶. Uma consciência que deve impactar até mesmo a educação, como o *ChatGPT*, um robô virtual capaz de responder perguntas, resolver problemas matemáticos, compor músicas e até mesmo escrever um artigo acadêmico.

Por sua vez, a questão do metaverso¹⁷ (além do universo) que ganhou popularidade com o game *Pokémon Go* (jogo gratuito de Realidade Aumentada para *smartphones*) e enorme repercussão em 2021, quando o *Facebook* anunciou a troca do seu nome para Meta, também vem entrando na pauta de discussão de pesquisadores pelo mundo todo. Conceito que mescla Realidade Aumentada e ambiente virtual, a possibilidade de imersão (por óculos 3D e visão 360°) vem com a perspectiva de mudar o cotidiano das pessoas ao integrar o mundo real ao virtual, mergulhando num verdadeiro universo de *Matrix* (Lilly e Lana Wachowski, EUA, 1999, 2003 e 2021). Acredita-se que a extensão do mundo físico por essa tecnologia disruptiva que proporciona uma imersão num universo tridimensional se torne capaz de inúmeras aplicações, seja no mundo corporativo (*e-commerce* e vendas multifocais, ações de *marketing*, inovação de marcas), nos serviços financeiros, na segurança digital, no universo dos *games*, no trabalho remoto, na medicina, na educação, etc.

No entanto, ao permitir que os indivíduos possam criar ou mesmo habitar virtualmente mundos e contemplar elementos virtuais e paisagens reais, o metaverso promete ainda revolucionar a maneira de estudar e até mesmo ver shows e filmes, praticar esportes e até fazer compras, além de apresentar um olhar controverso e questões éticas ainda a serem decifradas. Jeremy Bailenson, diretor-fundador do laboratório que estuda Realidade Virtual na

¹⁶Uma IA com impressões próprias, algo possível de acordo com o engenheiro de *software sênior* do *Google*, Blake Lemoine, ao afirmar que ao conversar com a interface LaMDA (Modelo de Linguagem para aplicação de diálogo), pôde perceber que a inteligência se percebe como uma pessoa, fato que ganhou repercussão na mídia mundial em 2022 e que foi refutado pela empresa criadora do *software* ao afirmar e defender que tal alegação não tem fundamento sendo que a LaMDA foi analisada cuidadosamente por especialistas em ética e tecnologia da empresa e que, portanto, as informações proferidas por Lemoine eram infundadas. Disponível em: MARTINS, André. **Engenheiro do Google diz que Inteligência Artificial da Empresa ganhou vida**. Revista Exame. Publicada em: 12/06/2022. Disponível em: <https://exame.com/pop/engenheiro-do-google-diz-que-inteligencia-artificial-da-empresa-ganhou-vida/>. Acesso em: 28/06/2022, às 14h33. Uma nova polêmica voltou à pauta em março de 2023, quando um relatório de pesquisa da Microsoft intitulado “Sparks of Artificial General Intelligence (Fagulhas de Inteligência Artificial Geral)” apontou que a nova IA mostra sinais de raciocínio humano. O artigo de 155 páginas argumenta que o sistema é um passo em direção a AGI (Inteligência Artificial Geral) cuja capacidade é semelhante ao cérebro humano. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2023/05/microsoft-diz-que-nova-inteligencia-artificial-mostra-sinais-de-raciocinio-humano.shtml>. Acesso em: 24/05/2023, às 10h11.

¹⁷ Vale destacar que o termo metaverso não é novo e surgiu da obra de ficção científica intitulada “Snow Crash”, de autoria de Neal Stephenson.

Universidade Stanford, nos Estados Unidos, em entrevista à BBC News¹⁸, afirma que a realidade virtual influencia no comportamento e que “para algumas pessoas, a ilusão é tão poderosa que o sistema límbico [região do cérebro envolvida com emoções e memória] delas entra em um estado de atividade intensa”. Sendo assim, para o pesquisador a palavra “cautela” deve ser a mais coerente neste momento. “Nós devemos estar vigilantes, ler os termos de privacidade [de um produto como o metaverso], não usando a realidade virtual cegamente para todas as atividades e observando algumas regras de segurança.”

O mais novo capítulo da “saga tecnológica” está centrado na chegada do 5G aos consumidores e ao mercado, inclusive no Brasil. Enquanto o 4G possui velocidade de transmissão de dados de até 1 *gigabyt* por segundo, o 5G deve ser quinze vezes mais rápido, por ser mais compatível à fibra ótica. Além de menor tempo de resposta e mais sentido de conexão, o 5G ainda irá permitir a conexão de muitos aparelhos à internet ao mesmo tempo (celular, carro, semáforo, relógio), fará com que muitas tarefas deixem de ser processadas no chip do celular/computador para acontecerem na nuvem, videochamadas devem se tornar mais claras, sem contar que pode auxiliar na gestão de cidades inteligentes (*smart cities*¹⁹), cuja principal meta é a preocupação com um futuro sustentável através da criação de soluções inovadoras tendo como base o uso da tecnologia.

Fato é que na sociedade contemporânea, a Internet das Coisas IoT²⁰ (MAGRANI, 2018) e a hiperconectividade (entre indivíduos, *person-to-person*; entre indivíduos e máquinas, *human-to-machine*; e entre máquinas, como *machine-to-machine*), promovem uma metamorfose cultural evidente, que ocorre de forma constante e contínua, transformando a tão esperada chegada aos anos 2000 (e o temido *Bug do Milênio*²¹) no século da comunicação e da

¹⁸ SUZUKI, Shin. Vida no metaverso: como a realidade virtual poderá afetar a percepção do mundo ao redor. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59438539>. Acesso em: 15/07/2022, às 11h16.

¹⁹O que as "cidades inteligentes" no mundo têm a ensinar ao Brasil. Disponível em: <https://exame.com/brasil/cidades-inteligentes-infraestrutura/>. Acesso em: 15/08/2022, às 13h18.

²⁰ “Existem fortes divergências em relação ao conceito de IoT,4 não havendo, portanto, um conceito único que possa ser considerado pacífico ou unânime. De maneira geral, pode ser entendido como um ambiente de objetos físicos interconectados com a internet por meio de sensores pequenos e embutidos, criando um ecossistema de computação onipresente (ubíqua), voltado para a facilitação do cotidiano das pessoas, introduzindo soluções funcionais nos processos do dia a dia. O que todas as definições de IoT têm em comum é que elas se concentram em como computadores, sensores e objetos interagem uns com os outros e processam informações/dados em um contexto de hiperconectividade”. (MAGRANI, 2018, p. 20)

²¹ A virada do século foi marcado pelo temor do *Bug do Milênio*. Temia-se que computadores da época não entendessem a mudança que, desde os anos 60, utilizava calendários internos com dois dígitos, (depois do ano 99, viria o 00. As máquinas poderiam entender como 1900 ou como 19100, e não como 2000), havendo assim uma pane geral em sistemas e serviços.

sociedade da informação (BELL, 1973). Sendo assim, as mídias digitais, que tanto unem e separam as pessoas ao mesmo tempo (TUFTE & CHRISTENSEN, 2009; HALL, 2019), “(...) chegam a necessitar, também, de diferentes métodos de análise, de estruturas teóricas e conceituais e de engajamento político e intelectual” (BUCKINGHAM, 2012, p. 41).

Portanto, são mudanças nos processos de circulação, disseminação e segmentação das nossas relações sociais e do sentimento mais amplo da vida. Trata-se, assim, de transformações instantâneas na composição das linguagens humanas (SANTAELLA, 2013) que se misturam entre verbal, visual e sonoro numa verdadeira malha híbrida de linguagens que na sociedade contemporânea e tecnológica é constituída pela “(...) reconfiguração radical das linguagens (...) que afeta nossa constituição como sujeitos culturais, nossos hábitos de vida e os laços sociais que estabelecemos” (IBIDEM, 2013, p. 236).

Nenhum dos setores da sociedade ficou alheio ou pôde passar incólume aos impactos causados pelo aperfeiçoamento de ferramentas tecnológicas e seu uso no cotidiano das pessoas. Instituições como a igreja, a escola e a família - antes tidas como únicas e exclusivas formadoras da sociedade na transmissão dos saberes, dos costumes, tradições e modos de ver, agir e pensar dos sujeitos -, perderam espaço tanto para os meios de comunicação de massa tradicionais (que eclodiram com força a partir da segunda fase da Revolução Industrial, no final do século XIX) como para as mídias digitais. Estas adentraram à vida das pessoas (crianças, jovens e adultos) que se veem agora com a necessidade iminente de aprender sobre o seu uso e desenvolver habilidades e competências exigidas para essa nova realidade que se constitui. Como afirma Sibilia,

Neste século XXI (...) são outros os corpos e as subjetividades que se tornaram necessários. Por isso, agora e em toda parte, não surpreende que reverberem outros tipos de sujeitos: novos modos de ser e estar no mundo que emergem e se desenvolvem respondendo às exigências da contemporaneidade (...) (SIBILIA, 2012 p. 47).

Numa sociedade tecnológica cujas novas gerações, sobretudo, os mais jovens, são mediadas pelas redes virtuais (*Twitter, Facebook, WhatSapp, Instagram, Tik Tok, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Youtube*, entre outras), as mídias ocupam boa parte do tempo de suas vidas (TUFTE & CHRISTENSEN, 2009). O eixo da atenção econômica, política e social passou da gestão de matérias-primas para o gerenciamento da informação (GÓMEZ, 2015) e o protagonismo não se encontra apenas e unicamente no uso dos aparelhos eletrônicos, mas, sobretudo, no emprego social e econômico da tecnologia (BUCCI, 2021). Disso, surge a

necessidade de saber lidar com a informação em decorrência do volume, da complexidade e da diversidade dos suportes disponíveis (CANÁRIO, 2006), visto que os olhares sobre as mudanças são mais “sobre o que e como devemos ensinar a respeito da mídia do que sobre o uso da mídia como material de ensino ou recurso didático” (BUCKINGHAM, 2012, p. 41).

No mundo da multitarefa, da imagem, do movimento, do hipertexto, da solidão interativa, da nanotecnologia, do instantâneo e efêmero, dos *prosumers* e dos interagentes, frequentemente os jovens podem se encontrar à frente de pais e professores quando o assunto é o domínio técnico das ferramentas digitais, já que são “peritos em opinar, fazer *zapping* e ler imagens” (SIBILIA, 2012). No entanto, embora considerados em suas habilidades operacionais, quando os jovens acessam informações via rede “nem sempre têm consciência da necessidade de obter habilidades práticas sobre o próprio uso das mídias, o que inclui seus aspectos estéticos e analíticos” (TUFTE & CHRISTESEN, 2009, p. 100).

Há de se considerar que, independentemente da faixa etária e do controle/conhecimento/domínio da linguagem/ferramenta tecnológica, todos os sujeitos se encontram num universo saturado de informações no qual é difícil processar a quantidade de conteúdos que chegam sem “ruído” de informação, pois, “o déficit das novas gerações (...) não se deve à carência de informações de dados, mas de organização significativa e relevante das informações fragmentadas e tendenciosas que recebem nos contatos espontâneos com múltiplas telas e diversas redes” (GÓMEZ, 2015, p. 27).

Se com as mídias tradicionais a via de acesso da informação era uma relação de um para todos, com as mídias digitais se “dá lugar a todos-todos pós-massiva” (LE MOS, 2014, p. 412). A tecnologia da cultura digital trouxe à realidade uma comunicação constituída num cenário polimidiático (MADIANOU & MILLER, 2013) e “acelerador de contradições”, por evidenciar diferenças significativas em relação ao acesso às redes (falta de equipamentos e dificuldade de uma conexão rápida e eficaz) e, acompanhada muitas vezes, pelo desrespeito às diversidades culturais, embora inicialmente se acreditasse que a redução das distâncias físicas – via equipamentos tecnológicos- fosse fundamental para abertura de debates e respeito a pontos de vista contrários.

No entanto, o que se vê é que a “liberdade” de se propagar o que se pensa nas redes abriu precedentes também para o discurso de ódio, a disseminação de mentiras, a falta de empatia, de respeito às diferenças, de compreensão ao próximo e a demonstração de preconceito

às minorias num verdadeiro “furacão de incomunicação”, temática essa a ser discutida no capítulo sobre desinformação.

2.2 PROCESSOS COMUNICATIVOS: SUJEITOS E MEDIAÇÕES NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

No fundamento das reflexões em torno do fenômeno da desinformação na sociedade contemporânea e suas relações com as culturas juvenis e mediações educativas, fizemos um recorte de estudos e pesquisas de teóricos ligadas aos processos da comunicação, focalizando, sobretudo, os Estudos Culturais ingleses (HOGGART, 1957; WILLIAMS, 1958; THOMPSON, 1963) em diálogo com outros autores (HALL, 2013/2019; MARTÍN-BARBERO, 2009; CANCLINI, 2015; ESCOSTEGUY, 2001; CEVASCO, 2001), cujo rol das referências básicas mais frequentes se encontram em pesquisas em comunicação, sobretudo, nos anos 90. Com isso buscamos compreender certas práticas culturais juvenis a partir das mudanças e as transformações representadas e/ou propiciadas pelo uso das tecnologias na cultura digital e suas relações no âmbito da produção, da reprodução, do consumo e do compartilhamento de conteúdos pelas redes.

A análise com foco nos estudos culturais, busca transpor à tradição hegemônica de pensar a cultura separada da vida social num processo de descobrimento e de interpretação, perpassando pelas representações culturais como maneira de “dar forma e significado à vida social” (CEVASCO, 2001, p. 95). Este tipo de estudo promove múltiplas e variadas articulações em campos de conhecimento distinto, mais precisamente entre a comunicação e a educação, visando compreender diferentes conjunturas e momentos (HALL, 2003). Navegar entre diversos grupos e movimentos e discutir questões de cultura, identidade num ecossistema comunicativo (MARTÍN-BARBERO, 2002), com características intrinsicamente interligadas, implica considerar as tecnologias comunicativas, as sensibilidades, as linguagens, as formas de escrita e as novas percepções de espaço- tempo.

Em tempos sombrios, de obscurantismo, desconfiança, desinformação, manipulação e ceticismo às instituições democráticas, de crenças em teorias da conspiração e no qual as descobertas da ciência são colocadas em xeque – principalmente durante o período da pandemia de Covid-19-, os meios de comunicação tradicionais se encontram em descrédito. Torna-se fundamental não apenas entender o processo do fluxo da comunicação, os sujeitos envolvidos,

os mediadores, o consumo da informação, as formas de compartilhamento, as interpretações, mas, sobretudo, o que está em jogo por trás do que se propaga ou se faz crer, utilizando-se para isso a rede, indiscutivelmente o meio mais popular de produção, disseminação e propagação de conteúdo do século XXI.

Ao analisar o processo do fazer comunicativo e as práticas comunicativas num ambiente “deslocalizado” (HALL, 2002) e “hibridizado” (CANCLINI, 2015), buscamos entender como a disseminação de informação e/ou a desinformação atua entre os jovens estudantes. Neste contexto, torna-se necessário entender o processo comunicacional na sociedade contemporânea, mais particularmente em relação ao abismo digital e ao modo como muitos sujeitos utilizam as tecnologias digitais. Entender por que os sujeitos confiam mais em “achismos” disparados pela rede do que em agências que antes traziam e discutiam o conhecimento de forma comprobatória; o que leva boa parte dos cidadãos a não checarem uma informação e a replicarem; o motivo de pessoas basearem-se apenas no que circula na rede ou até mesmo o uso da rede para caluniar, julgar, perpetuar preconceitos, desacreditar instituições, espalhar mentiras e tentar destruir a democracia usando o poder da informação e sua disseminação instantânea e em tempo real. São algumas de muitas outras questões sem resposta fácil.

Destaca-se que as tecnologias eletrônicas e digitais produziram um espaço/tempo social absolutamente novo. Concentradas em dispositivos eletrônicos, tanto a informação quanto a comunicação deslocam-se de lugares da cultura clássica para fluxos invisíveis de dados modificando não apenas a planetarização financeira, mas, sobretudo, invadindo o campo existencial dos próprios sujeitos inseridos nesta Era. Impõem-se a criação de um novo real, que Sodré (2012) associa a um projeto de absorção que oferece, via tecnologias eletrônicas da informação, um espaço/tempo simulado.

Certas práticas culturais propiciadas pelos novos equipamentos, aplicativos e programas criados com as mais diversas finalidades buscam, de alguma forma, melhorar o cotidiano das pessoas, mas sabemos que não são neutras. As inúmeras tecnologias e os serviços criados no contexto da cultura digital nos últimos anos (*plataformas, redes sociais, streaming, aplicativos, big data, armazenamento em nuvem, inteligência artificial, assistentes virtuais, smart homes, reconhecimento facial, low code, bitcon, blockchain, tecnologia 5g, cibersegurança, metaverso*) e tantas outras que revelam novas denominações da sociedade e das facetas do capitalismo: “capitalismo dos dados”, capitalismo de plataformas (SRNIECK, 2019),

capitalismo da vigilância (ZUBOFF 2019), capitalismo do algoritmo (BUCCI, 2021) e muitas outras que revelam também os custos da conexão, como sugere Couldry & Mejas (2019) e da desinformação, como destaca Silveira (2020).

Entretanto, todo o processo é marcado por prós e contras que levam a reflexões importantes sobre o presente e futuro da humanidade e sobre como efetivamente essas novas tecnologias estão sendo e serão utilizadas. Sabemos que os usos são sempre atravessados pela cultura, e em uma perspectiva multicultural (HALL, 2013) observamos um sentido de hibridação dos “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2015, p. 19). Sendo assim, os processos comunicativos também estão permeados pela hibridação, que por vezes são sinônimos de fusões e contradições, fundindo estruturas, práticas sociais, coletivas e a “criatividade” individual em todos os setores da vida cotidiana e, consequentemente, nas práticas mediadas por dispositivos tecnológicos.

Canclini (2015) reconhece que os artefatos tecnológicos não são neutros, mas tampouco onipotentes, sendo que a inovação implica em mudanças culturais, entretanto, o significado final irá depender dos usos efetuados de forma consciente pelos agentes. É preciso que haja um entendimento sobre a dinâmica e a forma como as tecnologias remodelam as sociedades. É bom lembrar que desde o início do século XXI, Martin-Barbero destaca a tecnologia como “uma das metáforas mais potentes para compreender o tecido – redes e interfaces – de que é feita a subjetividade” (2008, p.34).

Neste sentido, as culturas e os sujeitos se constroem entre as intervenções tecnológicas e as reorganizações dos grupos e seus sistemas simbólicos, ora pendendo para a manutenção das antigas tradições culturais, ora ansiando em estar conectados em um mundo composto por relações em tempo real, intensas, descartáveis, múltiplas e, quem diria, isoladas.

Portanto,

A questão é entender como a dinâmica própria do desenvolvimento tecnológico remodela a sociedade, coincide com movimentos sociais ou os contradiz. Há tecnologias de diferentes signos, cada uma com várias possibilidades de desenvolvimento e articulação com as outras. Há setores sociais com capitais culturais e disposições diversas de apropriar-se delas, com sentidos diferentes: a descoleção e a hibridação não são iguais para adolescentes populares que vão às casas públicas de videogames e para os de classe média e alta que os têm em suas casas. Os sentidos das tecnologias se constroem conforme os modos pelos quais se institucionalizam e se socializam. (CANCLINI, 2015, p. 308)

Ao se debruçar sobre a temática das identidades culturais e das mediações, Martín-Barbero (2009), partiu de análises das características dos povos que habitam a América Latina e que desde os anos 80 do século XX, passaram a vivenciar um cenário da comunicação protagonizado pelas “novas tecnologias”. A irrupção das novas tecnologias, em território sulamericano delinea múltiplas questões e requer dizer sim ou não ao próprio desenvolvimento, visto que os modelos de produção implicam em modos de acesso, aquisição, emprego, processos de imposição, deformação, dominação, refuncionalização e redefinição.

Além disso, a partir das tecnologias duas questões importantes são debatidas: a primeira refere-se a crise na “ficção de identidade” materializada pelas tecnologias, através da sua racionalidade e o modo operacional que tornaram visíveis a resistência à homogeneização generalizada e uma presença conflitiva com as culturas populares destas regiões. A segunda refere-se ao sentido assumido a partir da chegada das novas tecnologias ao território latino-americano que segundo Martín-Barbero (2009) reativa a

(...) lógica evolucionista que reduz, agora radicalmente e sem fissuras, o *outro ao atrasado*, que converte o que resta da identidade nas outras culturas em mera identidade *reflexa* – não tem valor senão para valorizar, pelo contraste, a identidade da cultura hegemônica – e *negativa*: o que nos constitui é que o nos falta, o que nos constitui é a carência. E o que carecemos, o que mais nos faltaria hoje seria isto: a tecnologia produzida pelos países centrais, esta que nos vai permitir afinal dar um salto definitivo para a modernidade. (IBIDEM, 2009, p. 257)

Sendo assim, refletir sobre os contextos de desigualdade na Sociedade da Informação, híbrida (CANCLINI, 2015), fragmentada (HALL, 2002), líquida (BAUMAN, 2013) nos leva a pensar no quanto o contexto latino-americano em geral ainda está distante de usufruir de todos os benefícios trazidos pelo universo tecnológico, por não dispor de condições socioeconômicas para acompanhar certos avanços. E, talvez, ainda leve algum tempo e muito investimento, para que todos os cidadãos possam não apenas ter acesso à rede, aos equipamentos e conexão de qualidade, como também sejam “alfabetizados” para utilizá-los de forma crítica, responsável, ética e estética (FANTIN, 2021). Tanto na dimensão de uso e compreensão da linguagem tecnológica quanto do conteúdo midiático difundido por essas ferramentas e no âmbito das competências midiáticas.

Em um cenário de populismo ameaçador e da semente da dúvida (D'ANCONA, 2018), compreender os processos comunicativos e as formas de interação agora ampliadas perpassa por inúmeras questões, entre elas o entendimento do próprio fluxo da informação, que

é objeto de estudo de diferentes teorias (Matemática; Cibernética; Cognitiva da Informação). Castells (2005, p. 501) define os fluxos como sendo "[...] as sequências intencionais, repetitivas e programáveis de intercâmbio e interação entre posições fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômica, política e simbólica da sociedade". Assim, a análise realizada por um viés único (seja somente pelos elementos que compõe o fluxo ou somente pelos aspectos influenciadores) não seria suficiente para explicar as mudanças informacionais na contemporaneidade, sendo necessário levar em conta todos os sistemas que envolvem o conjunto de ações, as buscas, a seleção, o armazenamento, a disseminação e o uso da informação.

Portanto, o entendimento sobre o fluxo da informação na era digital aproxima-se inevitavelmente da implementação efetiva de políticas que promovam a educação midiática no combate, inclusive, ao crescente fenômeno da desinformação, alimentado por uma cadeia que envolve interesses na formação de bolhas e nas polarizações políticas que colocam em risco sistemas democráticos em todo o mundo.

Entretanto, como alerta a jornalista Michelle Lipkin²² (2023), da Associação de Educação Midiática dos EUA (National Association for Media Literacy Education), a educação midiática está muito além de distinguir notícias falsas/verdadeiras já que “fomos empurrados para novas formas de comunicação sem que ninguém nunca tenha nos ensinado”. É preciso se aproximar daqueles que estão enredados por informações inverídicas, conversar com eles e não se acuar, medida que envolve um debate global e regulamentação das redes sociais o que vem sendo alertado pela própria jornalista desde 2016 e, que, no entanto, só ganhou notoriedade a partir corrida presidencial norte-americana que elegeu Donald Trump.

2.3 DO SIGNIFICADO DA INFORMAÇÃO

No processo informacional permeado pela mídia e mediado pelas inúmeras ferramentas disponíveis e acessadas cotidianamente para os mais diversos fins, a informação também constrói saber e “como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimento que

²² ALTINO, Lucas. **Educação midiática é muito mais que apenas distinguir notícias falsas de verdadeiras', explica especialista.** Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2023/05/educacao-midiatica-e-muito-mais-que-apanas-distinguir-noticias-falsas-de-verdadeiras-explica-especialista.ghtml>. Acesso em: 26/05/2023, às 10h31.

o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento” (CHARAUDEAU, 2012 p. 36). Sendo assim,

A mediação não apenas nos permite evitar prender o foco a mídias específicas (rádio, imprensa, televisão etc.), úteis na cultura da convergência (Jenkins, 2006), mas, mais fundamentalmente, ela reconhece que as mudanças sociais e tecnológicas estão transformando a peça central dupla do campo da comunicação – comunicação de massa e comunicação interpessoal (ou face-a-face) – resultando em processos diversificados e hibridizantes de comunicação. (LIVINGSTONE, 2009, p. 3)

Inserida em um processo de produção de discurso, a primeira questão sobre a natureza da informação refere-se à validade e valor de verdade, ou seja, o que é autêntico, verossímil e pertinente e que, portanto, deve ser divulgado. A segunda questão corresponde a seleção da informação que perpassa pelos critérios de importância, prioridade, subjetividade e mediação, conforme o interesse e manipulação do mediador. Afinal, “que efeito é visado quando se quer informar e que tipo de destinatário é o alvo?” (CHARAUDEAU, 2012, p. 37). O terceiro critério aborda o próprio tratamento da informação e a maneira como o sujeito informador decide transpor o conteúdo em linguagem. Enfim, surge a questão da significação da informação, ou seja, o que está explícito ou implícito no conteúdo a transmitir e quais as estratégias discursivas foram utilizadas durante todo o processo.

Num mundo dinâmico, com um fluxo de dados intenso e no qual a “atenção” se tornou monetarizada, a quantidade de informação que chega diariamente via redes sociais, *e-mails*, aplicativos de mensagens e outros serviços de mídias digitais, faz com que os interagentes sintam uma certa dificuldade em distinguir e selecionar entre informações importantes e relevantes para o seu cotidiano. Conteúdos apenas comerciais voltados às necessidades do mercado, notícias publicadas com interesse de terceiros e até mesmo a identificação de informações verdadeiras/falsas ²³, o que pode culminar na criação de um solo fértil para polarizações e opiniões que não condizem com a verdade e, principalmente, a realidade (NYHAN & REIFLER, 2010).

²³ Na América Latina, 70% da população não sabe distinguir ou não tem certeza as notícias falsas. Estudo realizado pelo Iceberg Digital e desenvolvido pela empresa global de cibersegurança Kaspersky e publicado em 2020, revelou que 70% da população da América Latina não sabe distinguir o que são fake news. O Brasil foi apontado como o 6º entre os países, cujos habitantes não sabem distinguir notícias falsas. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/02/13/pesquisa-que-mostra-que-os-brasileiros-nao-sabem-identificar-fake-news.htm> . Acesso em: 18/08/2022, às 9h45.

A dificuldade em distinguir a informação afeta todas as faixas etárias, inclusive os mais jovens, que costumam utilizar com mais habilidade técnica as ferramentas digitais. Pesquisa realizada pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) intitulada "Leitores do século 21: Desenvolvendo habilidades de alfabetização em um mundo digital", divulgada em 2021, e que contou com uma sondagem em 79 países, confirmou que as tecnologias digitais são as responsáveis por uma maior disseminação de informações, substituindo os formatos tradicionais. Entretanto, há quem discorde de tal dificuldade de compreensão do conteúdo da informação.

Para Di Felice (2018, n.p.²⁴) a possibilidade de interação em tempo real no âmbito do *big data* e a disseminação da quantidade de informação disponível na rede é “potencialmente” menos falsa do que aquelas divulgadas pelos jornais, TV e pela mídia tradicional, porque, uma vez divulgada é imediatamente analisada e “pensada” pelas redes sociais digitais e por qualquer pessoa, que terá no próprio contexto digital instrumentos para aprofundá-la e verificá-la”. No entanto, a pesquisa mencionada mostrou o contrário.

Os dados revelam que 67% dos adolescentes brasileiros (7 a cada 10 adolescentes) com 15 anos, não sabem, ao menos, distinguir fato de opinião. Vale destacar que o fluxo das informações hoje disponíveis estão concentradas nas mãos das “gigantes da internet” (*big techs*), compostas, principalmente por *Facebook, Apple, Google, Microsoft e Twitter*, conglomerados tão poderosos que concentram o poder de comunicação e o fluxo da informação mais do que a maioria dos Estados Nacionais (BUCCI, 2021). Ainda de acordo com Bucci (2021, p. 22), o capitalismo se deu conta da importância de fabricar discursos criando sentidos ao optar pela narração, contação de histórias e produção de significações, já que “o capital se descobriu linguagem e se deu bem na sua nova encarnação”. Além disso,

(...) a grande maioria dos usuários das redes não tem a menor ideia acerca de como as mídias, especialmente as mídias digitais, funcionam. Adquirem os dispositivos, instalam os aplicativos de seu interesse, fazem uso dos benefícios que lhes são oferecidos sem qualquer preocupação com as perdas que sofrem e os riscos que correm. (SANTAELLA, 2019, p. 24)

Críticas essas também apontadas por Buckingham (2021) ao afirmar que a tecnologia oferece novas oportunidades de autoexpressão criativa, de compartilhamento e de participação

²⁴**Fake News: nem verdadeiras nem falsas?** Disponível em: https://portal.sescsp.org.br/online/artigo/12329_FAKE+NEWS+NEM+VERDADEIRAS+NEM+FALSAS%201 Acesso em: 17/08/2022, às 15h48.

ativa na sociedade civil. Em contrapartida há um frenesi de autopromoção, de coleta de dados - nem sempre percebido pelos usuários - que acreditam que o serviço seja “gratuito” e que desconhecem o método de uma vigilância intensiva e um direcionamento comercial dos usuários da rede. A lógica algorítmica das mídias sociais não trata somente de autoexpressão criativa, mas de consumo e de compra e venda de dados: cada “curtida” é uma transação econômica.

Tudo o que você gosta de ver e ouvir em serviços de *streaming*, quem você curte nas redes sociais, o que você compra nas lojas *online*, o que você joga no seu videogame, suas viagens, seus desejos, suas conversas por *e-mail* ou mesmo no *WhatsApp*; tudo isso está sendo monitorado 24h pelo grande olho da rede. Essa grande máquina social invisível, fruto da enorme personalização dos ambientes *online*, usa todos os dados coletados da sua vida digital para te oferecer tudo aquilo que ela considera relevante para você. (MANSERA, 2015, n.p²⁵)

Para Livingsstone (2008) as sociedades estão remodeladas, para melhor ou para pior, em decorrência de mudanças no ambiente global de mídia e informação. Para a autora, formas nacionais e subnacionais de inclusão e exclusão social são reconfiguradas pela dependência das tecnologias que são mediadoras de praticamente todas as dimensões da vida social. Uma observação também compactuada por Silverstone (2008) ao afirmar que examinar a mídia é algo em curso e deve ser feita em todos os níveis, onde quer que as pessoas a utilizem para se informar e educar, sendo que entender a mídia como processo implica no reconhecimento de que ela é politicamente econômica.

Sendo assim, não se pode analisar as transformações apenas pelo viés das tecnologias utilizadas ou não por instituições ou pessoas comuns, conforme suas conveniências e necessidades. Há que considerar também a premissa do paradigma dos efeitos - caracterizada sobre o que a “mídia faz com as pessoas” - tensionando na sociedade tecnológica para o que “as pessoas/grupos efetivamente fazem com as mídias”. A presença da mídias e suas inúmeras ferramentas, ora vista com esperança, ora vista como manipulação é uma condição estrutural de práticas sociais e culturais, tanto na esfera cultural particular quanto na sociedade em geral (BUCKINGHAM, 2021, LIVINGSTONE, 2009). Sendo assim, modificou não só a nossa existência e os modos de se relacionar, bem como a produção e socialização de conhecimento.

(...) os processos comunicativos não podem ser compreendidos pura e simplesmente como processos de relacionamento pessoal: eles constituem realidades históricas, que estabelecem determinadas relações sociais, definem

²⁵ Disponível em: <https://mobizoo.com.br/curiosidades/filter-bubble/>. Acesso em: 18/08/2022, às 10h37.

certos padrões de linguagem e criam uma pauta de conversação, profundamente comprometida com a estrutura de poder e o modo de produção vigentes na sociedade. O consenso em que esses processos se baseiam não resulta do livre acordo entre as pessoas: é resultado da consolidação de certas relações de força, que se materializam em determinadas formas de comunicação”. (RUDIGER, 2011, p. 83)

E pensar os processos comunicativos a partir dos últimos anos, nos leva a recuperar certas práticas do século passado para situar tais mudanças. Se até meados da última década do século XX, os grupos da mídia tradicional (*BBC, Fox, CBS, The Wall Disney Company, News Corp, Globo, entre outros.*) eram detentores exclusivos da criação de preferências e necessidades dos interagentes utilizando a programação (novelas, telejornais, programas de auditório, filmes, festivais, etc) e, principalmente, a propaganda como ferramenta principal para obtenção de lucros, hoje são grandes corporações e empresas de tecnologia que dominam o setor (*GAFA, Google, Amazon, Facebook, Apple*), lucrando com anúncios e postagens do *feed*, sobretudo, baseados em informações disparadas tomando como base, o acesso a uma infinidade de dados pessoais (disponibilizada de forma voluntária) e aspectos psicológicos dos usuários, comprovando que nada é de graça na rede.

São dados que vão desde a análise do comportamento e interesses até os gostos e crenças dos consumidores. É o capitalismo dos algoritmos que seleciona as experiências conforme as buscas dos sujeitos nas redes, ao rastrear as preferências de cada um, direcionando para as tomadas de decisões *online*, pois, “o monitor de nossos computadores é uma espécie de espelho unilateral que reflete tão só e apenas nossos próprios interesses, enquanto os algoritmos observam tudo o que clicamos” (SANTAELA, 2019, pp. 13/14).

E tal processo demanda uma mediação educativa diante de certos dados a respeito dessa relação entre economia de dados, práticas e consumos.

2.4 A QUESTÃO DO ACESSO ÀS INFORMAÇÕES E ÀS TECNOLOGIAS NO CONTEXTO DA PANDEMIA

Fatores abordados até aqui deixam explícita as características de algumas práticas comunicativas na Sociedade da Informação e das Redes mediada pelos meios e pela continuidade de um processo no “qual nenhum país pode estar ausente sob pena de morte econômica e cultural” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 255). O encurtamento da distância causada pelo uso das tecnologias em tempo real mudou relações, tornou a sociedade mais

aberta, permitiu o compartilhamento e garantiu a velocidade da informação. Em contrapartida, evidenciou as distâncias existentes entre os povos (pobres e ricos), dando visibilidade às diferenças políticas e sociais e transparecendo ideologias até então “esquecidas” no passado.

A racionalidade está ameaçada pela emoção; a diversidade, pelo nativismo; a liberdade, por um movimento rumo à autocracia. Mais do que nunca, a prática da política é percebida com um jogo de soma zero, em vez de uma disputa entre ideias. A ciência é tratada com suspeição e, às vezes franco desprezo. No cerne dessa tendência global está um desmoronamento do valor da verdade, comparável ao colapso de uma moeda ou de uma ação. (D'ANCONA, 2018, pp. 19-20)

Foi possível observar de perto esse processo com a pandemia de Covid-19, declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, que explicitou o quanto o uso das tecnologias digitais se tornaram essenciais para a sociedade contemporânea. Um relatório da *WeAreSocial*²⁶ desenvolvido em parceria com a *Hootsuite*, mostrou que, em 2021, 4,20 bilhões de pessoas estavam conectadas às redes sociais, ou seja, 53% da população mundial. Isso equivale dizer que a cada segundo mais de quatorze pessoas se tornavam usuárias e interagentes de alguma das redes sociais existentes no planeta.

Embora boa parte do mundo tenha sofrido com os impactos da pandemia (comércio e escolas fechadas, falta de emprego, aumento da desigualdade, insegurança alimentar, falta de acesso de qualidade à internet, entre outros) os bilionários ficaram US\$ 5 trilhões mais ricos²⁷. Entre eles acionistas dos gigantes da comunicação *online*. Somente no período de pandemia de Covid-19 a *Apple* passou a valer US\$ 3 trilhões²⁸, num tempo *record* de dezesseis meses. Já a *Microsoft*, fundada em abril de 1975, ainda se mostra (na segunda metade do século XXI) absoluta quando se trata do monopólio do mercado de *softwares*, algo que força consumidores a estarem atrelados aos seus produtos e serviços e a trocarem equipamentos, num curto espaço de tempo, por não conseguirem mais atualizar os programas disponíveis e ofertados pela empresa.

²⁶ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/>. Acesso em: 20/06/2022, às 13h45.

²⁷ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/mesmo-com-a-pandemia-da-covid-19-bilionarios-ficaram-us-5-trilhoes-mais-ricos/>. Acesso em: 18/08/2022, às 15h19.

²⁸ MONICA, Paul. R. La. **Apple acaba de se tornar a primeira empresa de US\$ 3 trilhões do mundo.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/apple-acaba-de-se-tornar-a-primeira-empresa-de-us-3-trilhoes-do-mundo/>. Acesso em: 10/08/2022, às 15h45.

Outra gigante - a *Amazon*²⁹ - que também tem seu espaço de destaque, se transformou em uma das maiores varejistas do mundo nos últimos anos com venda de produtos como brinquedos, livros, eletrônicos, vestuários e acessórios, além de serviços de armazenamento de nuvens, *streaming* e assistente virtual.

Mas, nada cresceu tanto quanto as redes sociais embaladas por empresas como *Facebook*, *Twitter*, *Tik Tok* e *Instagram*. Embora o seu nascimento tenha sido marcado pela mística de um ambiente a ser utilizado apenas por um público mais jovens ou descrito como uma ferramenta surgida como um modismo passageiro, fato é que independentemente da idade, as pessoas estão cada dia mais “antenadas” no universo das redes e seus dispositivos. Produzir e compartilhar vídeos, áudios, fotografias, memes e ideias em tempo real (de uma maneira rápida, prática e “gratuita”), a possibilidade de fazer novas ou reencontrar antigas amizades, conseguir mostrar aspectos da “vida cotidiana”, trabalho, lazer e entretenimento com certa liberdade de personalização e “garantia” de interação (*engagement*), são características que atraem muitos internautas e “pessoas comuns”, que não estão muito habituadas a tal universo.

Vale destacar que no decorrer de dois anos em que o mundo não pôde sair de casa, de 2020-2022, as redes se tornaram as “companheiras” e fontes de informação de boa parte da população mundial, lembrando que nem sempre as informações passadas e repassadas por pessoas, através das inúmeras ferramentas de comunicação eram verídicas. Ou seja, ao longo do processo estudos observam que esse excesso de informações transformou-se em uma infodemia (epidemia de informações)³⁰, contribuindo para o processo e crescimento do fenômeno da desinformação.

A avalanche de desinformação disseminada pelas redes sociais impediu, inclusive, que um número significativo de pessoas buscassem a vacina de Covid-19 e, conseqüentemente, um protocolo de cuidados sanitários adequados e comprovados pela ciência. Além disso, houve a propagação do uso de forma inadequada de certos medicamentos (como por exemplo, cloroquina e ivermectina) que, comprovadamente, além de não surtir efeito algum sobre a

²⁹JUNQUEIRA, Gabriel. Amazon, a gigante do varejo online e físico. Disponível em: <https://www.infovarejo.com.br/amazon-a-gigante-do-varejo-online-e-fisico/>. Acesso em: 10/08/2022, às 15h54.

³⁰ De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) “A palavra infodemia se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus”. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=16. Acesso em: 20/06/2021, às 16h14.

doença, muito pelo contrário, tem causado efeitos colaterais gravíssimos em pessoas saudáveis e/ou com certas comorbidades, inclusive sendo desaconselhado o uso de tais medicamentos pela própria Organização Mundial da Saúde (OMS)³¹.

Outra constatação grave refere-se a uma possível estratégia institucional de propagação do coronavírus pelo próprio governo brasileiro. Conforme o boletim Direitos na Pandemia – Mapeamento e Análise das Normas Jurídicas de Resposta à Covid-19 no Brasil³², realizada pelo Centro de Pesquisas e Estudos de Direito Sanitário (CEPEDISA) da Faculdade de Saúde Pública (FSP) da Universidade de São Paulo (USP) e a Conectas Direitos Humanos, o governo brasileiro, sob a liderança da presidência da República, através de portarias, medidas provisórias, resoluções, instruções normativas, leis e decretos e declarações presidenciais na mídia tradicional e digital, fizeram com que o Brasil se tornasse um dos países mais afetados pelo vírus.

O *Instagram*, *Facebook* e *WhatsApp* foram as ferramentas mais utilizadas para propagar informações inverídicas neste período, numa verdadeira epidemia de “*Fake News*”. O próprio *Facebook IQ*³³ conduziu um levantamento com seiscentas brasileiros maiores de 16 anos e que vivem em todas as regiões do país, no intuito de analisar o interesse do público por assuntos referentes à pandemia, utilizando para isso, as redes. *Facebook*, *Messenger*, *Instagram* e *WhatsApp* foram as ferramentas utilizadas por 66% dos entrevistados. As redes sociais e outros aplicativos só perderam para a televisão aberta, mencionada por 67% do público, no quesito busca de informações sobre a Covid-19.

No que tange ao campo educacional, as “novidades” tecnológicas trouxeram avanços importantes e, mesmo em situação emergencial e sem a devida formação (FANTIN & SANTOS, 2020), os docentes e as instituições fizeram com que toda uma nova metodologia começasse a ser pensada e repensada fora dos padrões escolares tradicionais. Aliado a tal realidade, o questionamento aos “ métodos tradicionais, que privilegiam a transmissão de informações pelos professores, faziam sentido quando o acesso à informação era difícil”

³¹**OMS não recomenda uso de ivermectina por pacientes com Covid-19.** Disponível em: <https://exame.com/ciencia/oms-nao-recomenda-o-uso-de-ivermectina-por-pacientes-com-covid-19/>. Acesso em: 10/08/2022, às 16h02.

³² BRUM, Eliane. Pesquisa revela que Bolsonaro executou uma “estratégia institucional de propagação do coronavírus”. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-01-21/pesquisa-revela-que-bolsonaro-executou-uma-estrategia-institucional-de-propagacao-do-virus.html>. Acesso em: 18/08/2022, às 15h34.

³³Disponível em: <https://www.facebook.com/business/news/insights/2021-topics-and-trends-report>. Acesso em: 18/08/2022, às 15h57.

(MORÁN, 2015, p. 16), e, com a pandemia, tal discussão se evidenciou ainda mais. Afinal quais os tipos de habilidades e competências estão sendo solicitadas neste contexto e, “que tipo de educação estamos nos referindo e para que tipo de sociedade” (BRITO, 2006, p. 1), reflexões importantes que foram e tem sido temas de diversas *lives* neste período (PRETTO & FISCHER, 2020, FANTIN & GIRARDELLO, 2020).

Nesse quadro, a pandemia de Covid-19 também evidenciou o abismo tecnológico neste setor. Dados do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), entidade ligada ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), apontaram que mais de 94 mil escolas públicas espalhadas pelo Brasil apresentaram dificuldade para realização de atividades pedagógicas de forma remota durante a pandemia. Falta de dispositivo tecnológico (computadores e celulares), dificuldade de acesso à internet e adversidades vividas pelos pais durante este período, foram apontados como entraves. Houve também relatos sobre as dificuldades da própria instituição de ensino em auxiliar alunos que vivem em áreas isoladas ou se encontram em vulnerabilidade social.

Os professores também relataram a dificuldade dos estudantes em terem acesso aos equipamentos. Das escolas entrevistadas, 83% dos domicílios dos alunos tinham acesso à internet, entretanto, nesses lares não havia computador, o que não permitia que os estudantes acompanhassem as aulas. Outro aspecto evidenciado foi a falta de preparação dos docentes para ministrar aulas de forma remota, pois, não possuíam formação para tal. Dos entrevistados, 63% disseram ter pouca habilidade para recursos nas atividades remotas e as plataformas como *Skype* e *Zoom* foram utilizadas com dificuldade pelos docentes neste período.

As discussões sobre a presença cada vez mais constante das tecnologias digitais no cotidiano das pessoas e a importância de saber como e quando utilizá-las não surgiram durante ou pós-pandemia, mas são debates que vêm de longa data. No entanto o isolamento social e a necessidade de se encontrar soluções imediatas e eficientes de comunicação, forçou medidas drásticas e, portanto, o que levaria décadas para ser implementado em vários setores da sociedade, teve que ser utilizado instantaneamente.

Vale ressaltar que a globalização³⁴ estimulada pelo uso de tecnologias inovadoras³⁵ trouxe avanços importantes, como a possibilidade de se fechar negócio em tempo real e, conseqüentemente, a integração entre pessoas e países. Além disso, houve modificações na forma de consumo com o aumento do fluxo de mercadorias e transações financeiras, com troca de conhecimento, com interação entre pessoas e instituições espalhadas por diversas partes do mundo. O surgimento de novas ferramentas impulsionou o comércio entre nações e reduziu o custo do transporte. Já o aumento no fluxo de mercadorias reduziu custos e preços para alguns consumidores.

Ocorreram ainda grandes negócios com instituições de todo o mundo, possibilitando a circulação de informações importantes e a criação de aparatos tecnológicos voltados a todos os setores (primário, secundário, terciário, importação/exportação e parceria/desenvolvimento), o que transformou a estrutura econômica vigente, possibilitando melhorias na produção com a modernização nos utilitários, velocidade imediata, melhoria nas operações e gestão de negócios e a aplicação de uma inovação disruptiva (CHRISTENSEN, 2012)³⁶.

No campo das ciências invenções, descobertas, novos equipamentos e troca de informações permitiram que tratamentos de saúde fossem realizados de forma menos invasivas e mais assertivas trazendo não só conforto ao paciente, como uma recuperação mais rápida e com menos riscos e custos. Viver mais tempo e com mais saúde. E aqui, novamente, o acesso à tecnologia se mostrou completamente diferente entre as diversas regiões do globo. Fator este que ficou claro durante a Covid-19, quando se evidenciou uma verdadeira pandemia de desigualdades no campo científico.

A emergência sanitária, o socorro e o acesso às vacinas chegaram muito mais tardiamente em certos continentes. A África do Sul chegou a solicitar a quebra de patentes sobre

³⁴ McLuhan foi capaz de antecipar e divulgar a ideia de um mundo interconectado por tecnologias da comunicação, tecnologias que iriam causar impacto significativo no cotidiano das sociedades. Foi responsável por cunhar o termo Aldeia Global que, segundo o autor, iria modificar as relações tempo/espaço e retribalizariam um mundo fragmentado pelos meios eletrônicos. (NASSAR, 2014)

³⁵ “Colocou em circulação as expressões *cidade global* e *sociedade global* para designar a nova reconfiguração globalizada do nosso habitat, operada pelas *redes tecnotrônicas* termo introduzido por ele para designar a conjugação do computador, da TV e da rede de telecomunicação. O protótipo dessa “sociedade global” eram os EE.UU, centro propulsor da revolução “tecnolotrônica” mundial que oferecia ao mundo o “único modelo global de modernidade”, com os correspondentes padrões de comportamento e valores universais”. (CASTRO, 2009)

³⁶ O estudioso do conceito de inovação, Clayton Christensen, professor da **Harvard Business School**, criou a Teoria da Inovação Disruptiva que consiste em um processo na qual uma tecnologia, produto ou serviço se transforma ou é substituído por uma solução inovadora superior.

os imunizantes para que as substâncias pudessem ser produzidas em outras partes do mundo, beneficiando assim, os países menos favorecidos economicamente.

No entanto, esse sentido de inovação ligada à tecnologia ainda precisa ser discutido e tensionado. No Brasil, o Mapa de Qualidade da Internet³⁷, lançado pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) em 2022 e atualizado diariamente com medições feitas pelo SIMET (Sistema de Medição de Tráfego Internet do NIC.br), que realiza aferições 100% independentes, apoiadas nos Pontos de Troca de Tráfego Internet (IX.br), mostra a disparidade entre o uso das tecnologias nos diferentes estados que compõe a federação. Localidades da região noroeste do país, como Acre, Amazonas e Roraima, por exemplo, tem a pior velocidade de conexão, ao contrário do que ocorre em regiões mais ricas como Sudeste/Sul. Sendo assim, moradores de regiões menos favorecidas dispõem de uma experiência diferente dos demais cidadãos que habitam outras áreas mais ricas do país. O relatório destaca ainda que apenas seis empresas oferecem 80% das conexões de internet a empresas e residências no Brasil.

Outra pesquisa que merece atenção é a intitulada “O Abismo Digital no Brasil³⁸”, publicada pela PwC e pelo Instituto Locomotiva e divulgada em 2022. A pesquisa aponta que apenas 29% dos brasileiros (quase 50 milhões) encontram-se plenamente conectados, contra 20% que não dispõem de conexão alguma. Os que têm pleno acesso à rede são compostos por pessoas brancas que pertencem as classes A e B, tendo em suas mãos a disponibilidade de equipamentos como *notebook* e celulares e *smartphones* pós-pagos, além de serem pessoas altamente escolarizadas. Os 20% (41,8 milhões) que não dispõem de acesso são compostos principalmente por pessoas negras, que estão nas classes C, D e E, além de idosos, e que são menos escolarizadas. Ainda há cidadãos parcialmente conectados (26% ou 44,8 milhões), cujas características são de moradores na Região Sudeste, negros e pertencentes as classes C, D e E, Já os subconectados, que correspondem a 25% (41,8 milhões de usuários) habitam as regiões Norte e Nordeste, maioria pessoas negras que possuem celular pré-pago, são menos escolarizados e pertencem as classes C, D e E.

A exclusão de acesso e a questão de uso e de qualidade de uso, aliadas à disparidade digital entre as populações de diferentes regiões do globo, reforçam e/ou aumentam a desigualdade em todos os âmbitos e setores da sociedade, sejam econômicos, sociais, culturais,

³⁷Disponível em: <https://www.diariopopular.com.br/tecnologia/como-a-tecnologia-pode-influenciar-a-desigualdade-social-167813/>. Acesso em: 20/06/2022, às 9h25.

³⁸Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/preocupacoes-ceos/mais-temas/2022/o-abismo-digital-no-brasil.html>. Acesso em: 20/06/2022, às 9h46.

políticos e, principalmente, educacionais. Sem possibilidade de acompanhar a evolução tecnológica, os cidadãos da sociedade contemporânea correm o risco de não adquirir competências necessárias para entender e aproveitar o potencial que as tecnologias oferecem.

Sendo assim, é possível afirmar que a discriminação e desigualdade no acesso às tecnologias, conforme os dados de pesquisas acima sinalizam, se constituem em mais uma forma de pobreza e exclusão. Ao serem privadas destes recursos, tais populações apresentam dificuldade em se desenvolver e gerar riqueza de acordo com o “padrão esperado”. Também se comunicam de outras formas e, por vezes, a dificuldade de comunicação pode gerar certo isolamento, dificultando o ingresso na cadeia produtiva e/ou no mercado de trabalho devido à falta de acesso ao estudo e ao conhecimento sistematizado.

Deste modo, boa parcela da população mundial não tem acesso à grande parte dos benefícios econômicos trazidos pelas tecnologias. E o Brasil é um exemplo clássico já que dados revelados em maio de 2022 mostram que 33,1 milhões de pessoas vivem em situação de fome no país e, que segundo a ONU, nos últimos anos voltaram a configurar no mapa da miséria. O 2º Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia de Covid-19 no Brasil³⁹, realizado pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (Rede PENSSAN) comprova também que uma parcela significativa da população brasileira não pode ter acesso e muito menos usufruir das “vantagens” econômicas advindas do uso das tecnologias no setor econômico e, conseqüentemente, alimentar.

A América Latina, considerada a região com maior desigualdade de renda no mundo⁴⁰, serve como laboratório e até mesmo termômetro para tais reflexões sobre o acesso igualitário ou não de aparatos e suas milhares de funcionalidades, tecnologias estas que podem mudar a realidade de pessoas e regiões. No início da pandemia de Covid-19, a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), através dos dados do relatório “Universalizar o acesso às tecnologias digitais para enfrentar os efeitos da COVID-19”⁴¹, já apontava que 40 milhões de domicílios em território sulamericano não tinham acesso à internet dificultando o

³⁹ Disponível em: <https://pesquisassan.net.br/olheparaafome/>. Acesso em: 20/06/2022, às 11h20.

⁴⁰ A afirmação é comprovada por dados divulgados em 2019, pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). A exploração dos colonizadores, aliadas a distribuição desigual de terras, foram o estopim para o surgimento de famílias muito ricas em contrapartida a famílias muito pobres. Disponível em: <https://www.undp.org/>. Acesso em: 20/06/2022, às 19h39.

⁴¹ Disponível em: <https://www.cepal.org/es/subtemas/covid-19>. Acesso em: 21/06/2022, às 10h41.

trabalho, o acesso à saúde e a educação nessas regiões, num período em que estar conectado às redes era fundamental para a sobrevivência física e mental das pessoas.

Já em continente Europeu, em pleno 2017, ou seja, três anos antes da pandemia, 99,9% dos lares pesquisados pela União Europeia, já tinham acesso à internet (banda larga) em casa o que demonstra e comprova a disparidade gritante entre os dois continentes e um abismo digital que reflete nos campos da economia, da política, da saúde, da cultura e da educação.

É bom lembrar que a tentativa e a garantia da hegemonia das classes/países dominantes sobre as demais – nesta região do planeta - seja através do domínio da cultura, da economia ou das fusões comunicacionais, não é uma questão nova. Ao final do século XIX e início do século XX, por exemplo, o modernismo passa a ser impulsionado pelo estímulo da alfabetização, pela expansão do capitalismo, pela contribuição de migrantes, pela imprensa, pela industrialização e pelo crescimento urbano. No entanto, como afirma Canclini (2015, p. 67), na América Latina “tivemos um modernismo exuberante com uma modernização deficiente”.

Tanto a expansão do mercado quanto a renovação de ideias não seguiram igualitariamente aos processos sociais. Esses desajustes foram úteis às classes dominantes que conseguiram preservar sua hegemonia e não se preocuparam em justificá-la. Na cultura escrita, como aponta Canclini (2015), limitaram a escolarização e o consumo de livros. Já na cultura visual dividiram a arte do artesanato, congelaram a circulação de bens simbólicos em museus e outros espaços exclusivos e por último propuseram uma única forma legítima de consumo desses bens.

Vale destacar também que consumidores e interagentes de diversos níveis socioeconômicos, inseridos num universo tecnológico com apelo altamente comercial, por vezes podem se tornar, até certo ponto, “dependentes” de tais práticas. Além de serem estimulados pela “promessa” do prazer ilimitado (com a aquisição de bens e modelos de vida, comportamento e padrão de beleza), numa dinâmica em que todos são “convidados” a emitirem suas opiniões, ao mesmo tempo em que são também “cancelados” e/ou descartados muito rapidamente. E esse fato acaba por gerar certos transtornos de ansiedade e ou depressão, aliado a outros fatores, como diversas pesquisas tem pontuado, entre elas um estudo publicado, em 2020, no periódico científico “The Lancet⁴²”. Realizado em 204 países. O estudo apontou o

⁴² ROCHA, Lucas & LOPES, Léo. **Pandemia de Covid-19 provoca aumento global em distúrbios de ansiedade e depressão**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/pandemia-de-covid-19-provoca-aumento-global-em-disturbios-de-ansiedade-e-depressao/>. Acesso em: 18/08/2022, às 13h43.

surgimento de 53 milhões de novos casos de depressão e 76 milhões de ansiedade entre os habitantes do planeta, o que representa uma alta de 28% e 26%, respectivamente, no período analisado. Os grupos que mais foram afetados são as mulheres e os jovens.

E por falar em jovens, outra pesquisa realizada periódico científico JAMA Pediatrics⁴³, publicada em 2021 e que contou com a participação de 80 879 jovens com 18 anos ou menos de diversos países, mostrou que sintomas depressivos eram comuns a 12,9% desse grupo, antes da pandemia. Durante a crise do coronavírus, essa taxa subiu para 25,2% e os sintomas da ansiedade aumentaram de 11,6% para 20,5%. Entre os fatores que desencadearam o problema os pesquisadores citaram: falta de convívio social; aumento do estresse na família; e a limitação de certas atividades.

Todo esse cenário que desafia o âmbito da comunicação e da educação também desafia a pesquisa. E os aspectos apresentados até aqui reforçam a necessidade de se olhar cuidadosamente não somente para compreender as características intrínsecas dos processos comunicativos na Sociedade da Informação e das Redes, mas para entender tais processos em cenários tão diferentes, multiculturais, híbridos e com acessos tecnológicos tão distintos e desiguais.

Esses caminhos são cruciais para enfrentar os desafios da comunicação/educação, sobretudo, num contexto marcado pela dificuldade de acesso igualitário às tecnologias, e diante da crise da verdade factual (BUCCI, 2019) marcada pelo fenômeno da desinformação. Disso demanda a necessidade urgente de entendermos melhor como atuam as *Fake News* nesse contexto de desinformação para que possamos promover uma alfabetização midiática entre os jovens estudantes como condição de emancipação e cidadania. É o que veremos nos capítulos seguintes.

⁴³Disponível em: <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/2782796>. Acesso em: 18/08/2022, às 13h50.

3. UM MERGULHO NO UNIVERSO DA [DES]INFORMAÇÃO

O capítulo discute o consumo da (des)informação na contemporaneidade e suas consequências no campo social, político, econômico, cultural e educacional. O ambiente digital e, concomitantemente as mudanças no fluxo de conteúdos, abrem espaço para reflexões sobre as causas e as problemáticas envolvendo o fenômeno da desinformação num mundo *online*, cada dia mais conectado e marcado pela descrença em relação à grande mídia (*mainstream media*) pela desconfiança nas instituições epistêmicas (instituições de pesquisa científica) e pelo descrédito aos representantes da sociedade (governos). Reflete-se ainda sobre o papel da escola como instituição mediadora no diante do poder dos algoritmos de Inteligência Artificial (IA), que ao disparar informações em massa, por ações individuais ou de *clusters*⁴⁴, podem manipular a tomada de decisões e alterar a percepção sobre a realidade dos fatos, causando dúvidas, conflitos, divisões na sociedade e colocando em risco até mesmo a democracia.

3.1 PÓS-VERDADE OU FAKE NEWS: O QUE MELHOR DEFINE A “DESINFORMAÇÃO”?

Em 2016, a manchete do semanário inglês “*The Economist*”, intitulada “A arte da mentira: a política da pós-verdade na era das redes sociais” e que levantava questionamentos sobre a campanha de Donald Trump a presidência dos Estados Unidos, trouxe à tona as primeiras discussões sobre o conceito de pós-verdade, alertando a opinião pública sobre a temática da “arte da mentira” entre os discursos políticos e os fatos propriamente ditos. O fenômeno da desinformação que não é inédito - e vinha atingindo assustadoramente não só os estadunidenses, mas cidadãos de todos os continentes do mundo - entrava definitivamente na pauta da mídia e na discussão de pesquisadores que também analisavam, naquele mesmo ano, as manipulações de informações durante o referendo do Brexit⁴⁵.

Os debates sobre a desonestidade, principalmente de alguns políticos que sabem utilizar com maestria tudo o que é ofertado pela indústria da desinformação (D’ANCONA, 2018), já

⁴⁴ Cluster são um conjunto de servidores interconectados que atuam como se fossem um único sistema. Ao agrupar vários recursos computacionais, como servidores, computadores pessoais ou dispositivos de armazenamento, em uma única unidade lógica, apresentam alta disponibilidade de balanceamento de carga e processamento paralelo.

⁴⁵ O processo de saída do Reino Unido da União Europeia teve início em 2017, mas foi apenas em 31 de janeiro de 2020, que o país deixou a União Europeia (UE)

não era a anfitriã no centro das discussões, afinal essa é uma prática corriqueira e boa parte da opinião pública já estava ciente de tais atos. O desafio era discutir e entender efetivamente as respostas que o público estava dando para as mentiras, as falsidades e as manipulações que passaram livremente a circular via redes, sem filtro das agências detentoras de tal função e como grupos estavam utilizando mecanismos/ferramentas que “encantavam” e convenciam quem recebia as informações.

Naquele momento, questionava-se como a democracia mais estável do planeta se via abalada pela proliferação de inverdades e como o uso das mídias digitais beneficiavam um candidato. O mau uso dos recursos tecnológicos disponíveis disseminou conteúdos falsos e uma verdadeira caça aos dados pessoais, promovidos pela empresa de Steve Bannon, sob o comando da *Cambridge Analytica*. A isca utilizada para coleta de informações foi uma velha conhecida da publicidade na era digital, que busca investigar o comportamento dos usuários, através de suas postagens via redes. No caso dos Estados Unidos aplicativos, enquetes e até testes nos moldes *quizz* foram usados para descobrir os traços de personalidade, anseios e medos dos eleitores norte-americanos.

Com as informações em mãos, após o acesso de cerca de 87 milhões de perfis de norte-americanos usuários do *Facebook*, as “caixas psicológicas” conseguiram revelar dados preciosos sobre os eleitores. A partir de então, a personalização política fazia parte do processo de concorrência ao cargo de presidente dos EUA. Os idealizadores do “projeto” foram capazes não só de compreender o uso político como investir alto no esquema que mudou o cenário político americano e mundial.

Uma verdadeira intoxicação informativa auxiliou todo o mecanismo distribuindo informações com ar de seriedade aos eleitores. O cenário de disrupção e de *hashtagnização* da vida social reduziu o “diálogo a rosnados coléricos e a *Fake News*, facilitou a desinformação e criou um ambiente fértil para as mídias digitais, maquinaria de guerrilha política virtual para ganhar preferência dos eleitores indecisos” (LÔBO & MORAIS & NEMER, 2020, p. 255) .

Diferentemente do que acontecia no passado, quando àqueles que detinham poder econômico eram os maiores influenciadores numa corrida eleitoral (PRADO, 2022), as ferramentas digitais, repletas de conteúdos direcionados de acordo com o perfil psicométrico dos usuários, tomaram as rédeas da situação encorajando pessoas a gerarem *likes*, concordaram, aceitarem como verdade e disseminarem pelos seus contatos em rede as falsas informações.

As redes sociais são melhores para provocar respostas comportamentais nas pessoas, mais do que reflexão e o convencimento. Então as pessoas que seguem as tradições democráticas e tentam persuadir as pessoas para uma causa, tentando convencer a votar em certo candidato, não foram favorecidas. O sistema favoreceu aqueles que buscam respostas imediatas, emocionais, não engajar no debate democrático. (MOORE, 2019, n.p.)

Embora ainda não se possa afirmar que as *Fake News* foram as únicas que determinaram os resultados eleitorais nos Estados Unidos, também não se pode desconsiderar que a disseminação de notícias falsas prejudicou a qualidade do debate político eleitoral. Segundo a pesquisa realizada por Brendan Nyhan (Dartmouth College), Andrew Guess (Princeton University) e Jason Reifler (University of Exeter)⁴⁶, que avaliaram os impactos desinformação na campanha presidencial americana as notícias falsas tiveram maior aderência entre eleitores com posicionamentos políticos mais extremados.

Essa estratégia sofisticada de unificação utilizada pelas milícias digitais⁴⁷ americanas e “tão bem-sucedida” com a vitória de Trump sobre Hillary Clinton, foi imitada no pleito de 2018, no Brasil, com a vitória do candidato de ultradireita à presidência da República, com o forte uso das redes sociais (*Facebook, Twitter e Instagram*) na campanha e o uso de discursos “diretos” ou *going public* (indo a público), através de *lives* feitas à população. O então candidato, se destacou ao trazer à pauta discussões de temáticas consideradas polêmicas (liberação do uso de armas, ditadura militar, aborto). Além disso, se esquivou de debates políticos realizados tradicionalmente pelos principais canais de televisão (Globo, SBT e Bandeirantes), concedendo apenas entrevistas exclusivas.

No processo eleitoral no Brasil, em 2018, houve a prática de disparos de mensagens automáticas de informações falsas e em massa por empresas que usavam *bots* e outros artefatos da Inteligência Artificial e que foram determinantes para a eleição do candidato que representava a extrema direita. Além disso, inúmeras mensagens veiculadas nas redes sociais como *Facebook, Youtube* e, principalmente, no *WhatsApp*, também foram utilizadas não apenas para criar, mas também para divulgar informações falsas.

⁴⁶ De acordo com artigo “Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign”, publicado em janeiro de 2018 e mencionado na matéria disponível em <http://cnseg.org.br/noticias/o-impacto-das-fake-news-nas-eleicoes-presidenciais.html>

⁴⁷ “Objetiva e sinteticamente, em uma primeira aproximação conceitual, milícias digitais, expressão popularizada pelo uso comum que se expandiu no pós-eleições de 2018 no Brasil, pode ser entendida como uma associação de pessoas interligadas de forma mais ou menos flexível e sem um arranjo jurídico-legal, que agem de maneira coordenada ou orquestrada na web, em sua grande maioria pelas redes sociais, se utilizando de robôs, contas automatizadas e perfis falsos, promovendo campanhas de ataques e/ou cancelamento de imagens e reputações de adversários ocasionais” (LÔBO & MORAIS & NEMER, 2020, p, 260).

Confirma-se assim que as *Fake News* foram a “coqueluche” do pleito de 2018, no Brasil, sendo utilizadas por movimentos de direita e de esquerda. Cerca de seis informações inverídicas foram produzidas por dia no país naquela época, segundo pesquisa realizada por Tatiana Dourado⁴⁸. Foram 346 *Fake News* disseminadas no período eleitoral e mais de 4 milhões de compartilhamentos na reta final das eleições. As redes sociais contribuíram para a disseminação destas informações inverídicas já que versões de fatos eram distribuídas de forma *online* através de *blogs*, páginas e *posts* indo de posições em defesa ao comunismo até a intervenção militar. E para derrotar o “inimigo” qualquer informação- verdadeira ou falsa- era válida colocando em risco o futuro do país.

Gross (2020) traz três características do meio digital que permitem compreender a articulação dos meios com as *Fake News*: custos e barreiras para a produção de conteúdo com baixo custo; o anonimato proporcionado pela internet; o financiamento do próprio consumidor, através do fornecimento dos dados, enriquecendo desta forma a publicidade. Neste sentido, para a autora

As *Fake News* seriam, portanto, um tipo de novo de conteúdo produzido a partir de uma intencionalidade apenas viabilizada pelo modelo de produção, disseminação e consumo de conteúdo *online*. Trata-se do conteúdo mentiroso, ou seja, intencionalmente falso, fabricado com o objetivo de explorar as circunstâncias do universo *online* (o anonimato, a rapidez de disseminação da informação, a fragmentação das fontes de informação e da atenção dos usuários da Internet, e o apelo às emoções e ao sensacionalismo) para fins de obtenção de vantagens econômicas ou políticas. Ainda, além de intencionalmente falso, esse conteúdo seria fraudulento por ser disponibilizado de tal maneira a imitar o formato da mídia tradicional. (GROSS, 2020, p. 95, grifo nosso)

Vale destacar que no exaustivo processo de compreender os fenômenos comunicacionais na era digital e o alcance das informações proliferadas pelas redes sociais que operam sem limitação territorial (NEMER, ET. AL, 2020), surgem várias terminologias, cujos conceitos pretendem esclarecer os fenômenos midiáticos e a transmissão de informação para a opinião pública. O que predomina – na maioria das vezes - é a confusão conceitual que não dá conta de especificar com clareza, ou mesmo, discriminar os fenômenos, o que aflige pesquisadores ao se depararem com palavras que ganham força na ordem do discurso e que

⁴⁸ **Guerra de desinformação:** as *Fake News* nas eleições de 2018. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.leg.br/informacao/noticias/guerra-de-desinformacao-as-fake-news-nas-eleicoes-de-2018>. Acesso em: 01/11/2022, às 19h52.

requerem distinção dos termos empregados, mas que ainda dispõe de um inquietante déficit de explicação (CHARAUDEAU, 2012).

O *Dicionário Oxford* considerou o termo **pós-verdade**, por exemplo, como um adjetivo que “qualifica um ambiente em que os fatos objetivos têm menos peso do que apelos emocionais ou crenças pessoais em formar a opinião pública”⁴⁹, embora tenha destacado que não é algo novo, já que havia sido utilizado em 1992, por Steve Tesich, na Revista *The Nation*, ao se referir ao Irã e a Guerra do Golfo.

Entretanto, como aponta Bucci (2019), a expressão política da pós-verdade foi cunhada por David Roberts, em 2010. O blogueiro utilizou o conceito para

(...) nomear uma cultura política em que a opinião pública atravessada pelas narrativas midiáticas se desconectou inteiramente das *policies*, ou seja, da *policy*, ou seja, das ferramentas pelas quais são debatidas, estruturadas e implementadas as políticas públicas e, ao fim e ao cabo, a própria substância da legislação em estados democráticos de direito”. (BUCCI, 2019, pp. 11/12)

Já a palavra **“misinformation”**, utilizada no sentido da presença da intenção de **desinformar**, foi escolhida a palavra do ano em 2018 pelo dicionário digital *Dictionary.com*. O sentido da palavra está ligado ao contexto de desinformar. Assim como pós-verdade, *misinformation* também não é uma nova terminologia, mas é descrita pelo excesso de conteúdos que vêm sendo disseminados de forma proposital e errônea via redes sociais. Por si só isso justificaria a escolha como palavra do ano.

Entretanto, foi a palavra *Fake News* que, embora considerada entre as três a mais “fraca” em termos de conceituação para explicar a proliferação de notícias ou conteúdos fraudulentos, foi a que mais cresceu em popularidade e costuma ser utilizada com mais frequência pela mídia tradicional em suas publicações. De acordo com Bucci (2019, p. 10),

(...) a expressão “*Fake News*”, em inglês, costuma ser traduzida como “notícia falsa” ou “notícias falsas”. (...) O sentido do adjetivo “*Fake*”, em inglês, envolve intenção do agente de enganar o interlocutor, o público ou o destinatário. O adjetivo “falsa”, em português, não implica esse dolo, essa intenção maliciosa, deste modo, a expressão “notícias falsas” é fraca para traduzir o sentido da expressão “*Fake News*”.

⁴⁹ Verbete original no *Dicionário Oxford*: “In this era of post-truth politics, it’s easy to cherry-pick data and come to whatever conclusion you desire”.

Rais (2020) também destaca a polissemia apresentado pela expressão. Segundo o autor, *Fake News* confunde o sentido por se tratar ora de notícias falsas, ora de notícia fraudulenta, ora de reportagem deficiente ou parcial, ou ainda destinada a explicar uma agressão a alguém ou a alguma ideologia. Esses elementos são motivadores de crítica no sentido de uma conceituação, visto que a expressão significa tudo.

Mas, afinal, qual o conceito de *Fake News*? O que nos revela? As *Fakes News* hoje podem ser sinônimos de notícia falsa e de desinformação utilizada livremente, principalmente pelas mídias sociais (RECUERO & GRUZD, 2018). Entretanto, há vários conceitos que podem ser encontrados na literatura acadêmica para compreensão de termos que se assemelham ou podem ser confundidos como: sátiras; boatos; e notícias fabricadas (TANDOC JR, WEI & LING, 2018).

Apropriando-se dos conceitos de Shu et al (2017), Recuero & Gruzd (2018) explicam que existem duas características-chave para o tipo de informação inverídica: falta de autenticidade; e o propósito de enganar. Recuero & Gruzd explicam ainda que na perspectiva de Shu (2017), notícias satíricas não se enquadrariam como *Fake News*, pois não teriam o propósito de enganar. Neste mesmo sentido, rumores e boatos também poderiam ser excluídos do conceito, já que lhes falta a autenticidade. “A *Fake News*, assim, não se trata apenas de uma informação pela metade ou mal apurada, mas de uma informação falsa, intencionalmente divulgada, para atingir interesses de indivíduos ou grupos” (RECUERO & GRUZD, 2018, p. 2).

A partir da análise de outros aspectos das *Fake News*, autores como Tandoc Jr, Wei & Ling (2018) e Recuero & Gruzd (2018) acreditam que este termo tomou emprestado do jornalismo seus padrões de linguagem, credibilidade, legitimidade e função social para apoiar-se nas narrativas falsas a serem propagadas. Sendo assim, três elementos seriam essenciais para definição de *Fake News*: 1) componente de narrativas jornalísticas e noticiosas; 2) componente de falsidade total ou parcial da narrativa; e 3) intencionalidade de enganar ou criar percepções enganosas utilizando da mídia social para propagação das informações.

Embora a mídia social permita a difusão de informações de forma rápida e facilmente escalável, Recuero & Gruzd (2018) afirmam que não basta apenas a rede para que as *Fake News* se espalhem. Dois elementos são fundamentais nestes processos: a) os algoritmos que selecionam o que será visto a partir da própria ação dos usuários na rede; b) as escolhas dos

próprios atores que, por sua vez, têm a liberdade e podem definir o que será compartilhado, publicado e até mesmo visível na rede social.

É importante destacar que outro fator se tornou fundamental no sentido de influenciar o que os sujeitos disseminam pelas redes sociais: os robôs, ou *bots*⁵⁰, que são responsáveis por criar falsas percepções ou informações inverídicas. As redes de *bots* são responsáveis por aumentar a visibilidade à informação falsa e ainda inflar o “*status*” de usuários fazendo-os acreditar que a informação falsa é verdadeira (RECUERO & GRUZD, 2018).

Ao analisar o crescimento e ressurgimento das *Fake News* na sociedade contemporânea, Empoli (2019) associa a prática aos governos populistas e seus líderes que as utilizam como propaganda de suas próprias “marcas”. Diversos governantes de extrema direita têm criado diariamente, gafes, polêmicas e escândalos que têm sido eclipsados numa espiral que busca a atenção da mídia. Todo o “trabalho” estaria sendo coordenado pelos *spin doctors* e por pessoas especializada em *big data*.

Para o autor, sem a presença dos profissionais da área de tecnologia da informação, os líderes populistas jamais chegariam ao poder. Aliado a isso, Bucci (2019, p. 10) enfatiza que “as democracias mais estáveis do planeta estariam ingressando numa era em que os relatos sobre os acontecimentos perderam referência na verdade factual (ou “verdade de facto”, ou ainda, a verdade que se extrai da verificação honesta do relato fidedigno dos fatos e dos acontecimentos)”.

Entretanto, como aponta Empoli (2019), o combate ao populismo só é possível pela compreensão e não exclusivamente pela tentativa de liquidar ou condenar tal realidade. Dois ingredientes estariam alimentando, o que o autor chamou de “carnaval contemporâneo”: a cólera de meios populares que se fundamentam sobre causas sociais e econômicas reais; e máquinas de comunicação superpotentes que vêm sendo transformadas com a finalidade de multiplicar o caos. “Para compreender a raiva contemporânea, é preciso, portanto, sair da perspectiva puramente política e entrar numa lógica diferente. (...) um indivíduo ansioso, sempre busca da aprovação de seus pares, e permanentemente apavorado com a ideia de estar inadequado”, diz o autor (2019, p. 76).

⁵⁰ “Os *bots* são um tipo específico de programa de computador (...) que opera automaticamente como um agente para um usuário ou outro programa. (...) Os *hackres* encaminham *bots* para as vítimas por vários meios. (...) Eles podem realizar diversas tarefas, sendo programados para executar uma série de funções” (p. 366). BERNARDI et.al. **Glossário de Fake News**. In: RAIS Diogo. **Fake News**. A conexão entre desinformação e o direito. São Paulo: Thompson Reuters Brasil, 2020.

Para Cruz Junior (2018), as notícias [falsas] disseminadas em grande escala costumam apresentar explicações até certo ponto maniqueístas e simplistas da realidade, com forte apelo emocional e são marcadas por um “relativismo cognitivo” que coloca em xeque a própria noção de realidade. Por sua vez, Pangrazio (2018, p.8), enfatiza que a onda massiva de notícias falsas teria irrompido como reação contrária a certas mudanças sociais, notadamente marcadas por provocar o descrédito dos veículos tradicionais da mídia e das instituições públicas. Ambos os autores relacionam tal cenário com o termo “pós-moderno” e com a noção de “pós-verdade.”

A esse respeito, Silveira (2019) chama atenção à filosofia neorreacionária do “iluminismo obscurantista” proposto por Nick Land, que sugere a incompatibilidade entre liberdade e democracia, uma vez que a seu ver a democracia “favoreceria a corrupção”. Para Silveira (2019), tal ideia de certa forma propõe a destruição da razão e de parâmetros da realidade para fabricar e disseminar a desinformação em massa, e lembra que destruir parâmetros da realidade para disseminar a desinformação em massa é mais que inventar mentiras e *Fake News*, é também desacreditar.

De qualquer forma, trata-se de uma transformação expressiva do *modus operandis* da comunicação tradicional, sobretudo, diante dos modos com que as notícias são narradas e disseminadas na *web*, diz Pangrazio (2018). A autora destaca ainda que a velocidade instantânea da circulação das notícias, ao lado de sua monetização por meio das plataformas digitais, são elementos importantes da manipulação dessas mídias e das informações por elas veiculadas, colocando em questão a potencialidade das redes para democratizar a produção e o fluxo de notícias.

A esse respeito, ao analisar as mudanças ocorridas nos meios de comunicação tradicionais a partir da Web 2.0, Tandoc (2018, p. 139) chama a atenção ao fato que no momento em que os jornalistas passaram a utilizar as mídias sociais, isso fez com que aumentasse a interação com o público. Como exemplo cita o *Twitter*, que não apenas mudou as características da notícia por meio de uma plataforma de divulgação rápida - hoje, um *tweet* com 140 caracteres é considerado uma notícia - como mudou a forma de divulgação das informações. No entanto, ao mesmo tempo em que as fontes próximas ajudam a legitimar a autenticidade das notícias compartilhadas nas redes sociais, isso faz com que a maioria dos usuários raramente verifique suas fontes, o que contribui com a propagação de notícias falsas, diz o autor.

De qualquer forma, a dinâmica de produção e divulgação de *Fake News* está ligada ao seu próprio conceito e entendimento. Para Tandoc (2018), *Fake News* seriam posts virais baseados em relatos fictícios visando parecer uma notícia regular. Segundo Gelfert (2018), *Fake News* diz respeito às afirmações falsas ou enganosas com intuito de induzir o público-alvo a um erro ou crença falsa. Para Bounegru & Gray & Venturini (2017) o conceito ainda é vago e as *Fake News* caracterizam-se por sua intensa disseminação. Por sua vez, Pangrazio (2018, p. 85) entende o termo *Fake News* como uma generalização que envolve sete tipos de notícias falsas: a conexão falsa; o contexto falso; o conteúdo manipulado; a sátira ou paródia; o conteúdo fabricado; o conteúdo enganoso; e o conteúdo impostor.

Ao se deparar com as discussões em torno das terminologias (pós-verdade, notícias falsas e *misinformation*) e suas conceituações a pesquisadora concorda que o termo *Fake News* não é adequado para definir o fenômeno que vem não apenas hipnotizando, mas, sobretudo, cegando os sujeitos que, ao mesmo tempo que creem em suas próprias convicções/crenças se tornam escravos (sem perceber efetivamente) em plena era da informação ao se inserirem em “bolhas”, reduzindo assim, o alcance no debate de ideias. Sendo que os ataques sincronizados fazem com que as próprias “vítimas” compartilhem notícias falsas, sem perceber que estão sendo usadas no esquema de desinformação.

Diante do exposto, o termo **desinformação** (*misinformation*), para a pesquisadora é o mais adequado para explicar o fenômeno e será o utilizado no decorrer pesquisa, embora no início dos estudos a terminologia *Fake News* tenha aparecido com mais frequência. Neste sentido, como definição, neste trabalho a **desinformação será entendida provisoriamente como: “uso de comunicação por pessoas ou grupos mal-intencionados com interesse em disseminar e distribuir informações inverídicas e fatos mentirosos, confundindo a opinião pública e desvirtuando o direito à informação, à plena liberdade de expressão e aos processos democráticos legítimos”**.

3.2 A CRISE DA INFORMAÇÃO OU A INFORMAÇÃO EM CRISE?

Observa-se uma “verdadeira batalha” no campo comunicacional, sendo que de um lado da trincheira estão os fatos e fontes verídicas (divulgados por órgãos oficiais) e de outro uma enxurrada de desinformação que circulam livremente e que chegam aos “públicos em rede” (BOYD, 2010; ITO, 2008) normalmente pautadas por crenças pessoais e de cunho emocional.

São falsas informações e mentiras que - na maioria das vezes- são chanceladas por certas lideranças políticas e de seitas religiosas cujo discurso estão carregados de ódio, exclusão e discriminação de todo tipo (classe social, racial, gênero, etc.).

Embora a questão da desinformação tenha ganhado notoriedade e passado a ser debatida com afinco neste século, sobretudo, a partir das eleições presidenciais norte-americanas de 2016, com a vitória de Donald Trump e da triunfante campanha de saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit), fato é que o artifício da manipulação de dados, a criação de falsas informações, os discursos de ódio e a tática de atingir emocionalmente a opinião pública vem de longa data e foi utilizada com diversos sentidos, sobretudo, com objetivo de manipular opiniões, em diferentes períodos históricos.

O fato de a desinformação ou a propagação intencional de informações falsas não ser algo inédito na história, junto com a explosão do acesso à informação a partir de ferramentas midiáticas, colocam em xeque os reais motivos de um fenômeno que muda opiniões e convence através da mentira, causando transtornos em todos os cantos do planeta. Sendo assim, tem-se discutido sobre como impedir e ou minimizar as ondas de desinformação e de ódio que assolam a humanidade, atingindo diferentes faixas etárias e grupos sociais distintos que passaram a desacreditar – em plena era da informação - no que realmente é fato para acreditar no que é *Fake*.

Em sociedades democráticas a liberdade de expressão e o livre pensamento são direitos fundamentais garantidos por lei e uma conquista da história humana. Como valor intrínseco, seu exercício pode ser considerado benéfico a sociedade, pois dispõe do direito de formar sua própria opinião, cultivando pensamentos, estabelecendo suas crenças e expondo suas ideias num universo de debate público robusto e plural. Também sabemos que em sociedades cujo regime não era/é o democrático também surgiram/surge cidadãos mais reflexivos (alguns até mais do que em certas sociedades ditas democráticas). Assim, embora não seja necessariamente o regime que permite ou impede o desenvolvimento de cidadãos mais reflexivos, esta forma de liberdade é uma condição para a democracia e estabilidade governamental, pois “um estado formado com base na ampla liberdade de expressão é mais forte e, portanto, está menos sujeito

a convulsões sociais do que um estado autoritário, que impõe seu poder com base na repressão, no ressentimento e no medo” (CHEQUER, 2011, p.⁵¹).

Destaca-se que a liberdade de expressão é um meio e não um fim, sendo protegida e mantida até o momento em que puder ser verificada a sua relação para os fins aos quais deve servir (GROSS, 2018). Na política, por exemplo, está diretamente ligada às decisões coletivas abrindo caminhos para que o cidadão tenha acesso a uma diversidade de pontos de vista, argumentos e contra-argumentos num movimento que pretende garantir o acesso a discussões plurais e aos mecanismos de informação do cidadão.

No entanto, há formas distintas de conceber a relação entre liberdade de expressão e democracia, segundo Gross (2018). A primeira aponta que a liberdade de expressão possui um valor instrumental e a segunda reivindica um *status* que uma democracia possui o dever do reconhecimento da liberdade de expressão como direito inviolável, mesmo diante de “preocupação de maximização do bem-estar da comunidade” (GROSS, 2018, p. 97). No caso da concepção pelo valor instrumental percebe-se o cuidado da proteção de um debate público de ideias que garanta a tomada de decisões coletivas e igualdade política permitindo o lugar de fala a outras vozes, impedindo assim, o monopólio de grupos que possam controlar a opinião pública.

A explosão da desinformação via *web*, a ação de *haters*⁵² e *trolls*⁵³ e a presença cada vez mais constante de “milícias digitais” que destilam conteúdos de ódio, segregação e opressão trouxe a temática da liberdade de expressão na pauta de discussão em vários países do mundo (Japão, Noruega, Canadá, Chile, Colômbia, Coreia, Singapura, Peru, Nova Zelândia, Rússia,

⁵¹CHEQUER, Cláudio. **Por que a liberdade de expressão é um direito fundamental?** Disponível em: <http://www.prrj.mpf.mp.br/sala-de-imprensa/artigos-de-procuradores/por-que-a-liberdade-de-expressao-e-um-direito-fundamental>. Acesso em: 27/09/2022, às 14h21.

⁵² “A origem da palavra parte da expressão inglesa “*haters gonna hate*” (“odiadores irão odiar”) que teve seu começo nos guetos norte-americanos. A frase, no entanto, só se popularizou quando foi usada no refrão de uma música de hip-hop da banda 3LW (acrônimo de “3 LittleWomen”: “Theplayas gon’ play / Them haters gonna hate / Them callers gonna call / Them ballers gonna ball...”. (REBS & ERNST, 2017, p. 25) De acordo com o Cambridge Dictionary a palavra *hater* significa “uma pessoa que diz ou escreve coisas desagradáveis sobre alguém ou critica suas realizações, especialmente na internet. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/hater>. Acesso em: 10/10/2022, às 10h48.

⁵³ Em alguns casos a ação dos *haters* e dos *trolls* (grupos que anarquizam as redes e perturbam o andamento de outros grupos ao enviarem mensagens negativas e fora de contexto durante uma discussão) se misturam. Ambos (*haters* e *trolls*) utilizam perfis *fakes*, sendo que os *trolls* variam suas postagens utilizam de ironia e o humor, mas tecendo ameaças à integridade dos participantes e insultos, especulações a respeito da vida pessoal”, (AMARAL & QUADROS, 2006, p. 120). Já os *haters* sempre buscam por manifestações violentas e por discursos contra os sujeitos ou grupos.

Argentina, Estados Unidos, entre outros), como apontam Setenareski, & Peres & Bona & Duarte Jr (2020).

No Brasil a problemática vem sendo analisada por entidades como o Senado Federal, Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), Ministério Público Federal e o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), na busca de mecanismos de regulamentação da internet. O assunto causa tanta polêmica que surgem até mesmo propostas que giram em torno de medidas repressivas visando conter a proliferação de notícias inverídicas, de cunho de interesse político e de terceiros visando manipular a opinião pública.

Há os que argumentam que o exercício da real liberdade de expressão esteja sobre grave ameaça (BUCCI, 2021, COSTA, 2022, ASCH, 2022, MACKINNON, 2022), pois essa mesma “liberdade” vem sendo usado como argumento para a publicação e disseminação de todo e qualquer tipo de informação baseado em discriminação de classe social, gênero, raça, etnia, orientação sexual, religião. A incitação à violência é alastrada via rede por algoritmos programados para atender os interesses de correntes políticas e a cultura do cancelamento.

Vale destacar que a liberdade de expressão é o "ar que permite a todas as outras liberdades respirarem", como afirma o professor britânico Timothy Garton Ash (2022), da Universidade de Oxford e que no entanto, nos últimos anos se tornou algo que deixou de ser "uma proteção para dissidentes, radicais, artistas, ativistas, socialistas, pacifistas e desvalidos para se tornar uma arma para autoritários, racistas, misóginos, nazistas, supremacistas, pornógrafos e corporações que compram eleições na surdina" (MACKINNON, 2022, n.p).

A própria Relatoria Especial para Liberdade de Expressão vinculada à OEA (Organização dos Estados Americanos)⁵⁴, mesmo celebrando as “contribuições significativas das tecnologias digitais com respeito à expansão das comunicações globais e a possibilidade de que pessoas do mundo inteiro tenham acesso à informação e ideias, possam expressar-se e serem escutadas”, manifestou em 2019, preocupação às violações à liberdade de expressão, inclusive no Brasil

Alarmados pela persistência da violência e da perseguição contra jornalistas, ativistas do direito à informação, pessoas defensoras de direitos humanos, entre outros, por exercer seu livre direito à liberdade de expressão, assim como também pelo fato de que a impunidade com relação a assassinatos e ataques ainda persiste. (IBIDEM, 2019)

⁵⁴Disponível em: <https://www.oas.org/pt/cidh/expressao/>. Acesso em: 17/10/2022, às 14h04.

No Brasil, inúmeros são os ataques a cidadãos comuns, famosos, políticos, partidos e instituições feitas por aqueles que, sob a alegação do discurso do direito à “plena liberdade de expressão” e utilizando para tais fins principalmente as redes sociais, acreditam que podem postar e compartilhar o que quiserem (inclusive dados inverídicos, mentiras, calúnias e difamações) sem consequência alguma. O movimento de extrema direita brasileira “reinterpretou” e adotou o termo “liberdade de expressão” de forma distorcida como uma bandeira própria, com reivindicações extremistas contrárias ao sentido usual. Sobre a égide das falácias e atitudes do então presidente e do movimento denominado “bolsonarista”, a direita no Brasil costuma apoiar plataformas consideradas disseminadoras de desinformação⁵⁵ para a opinião pública, como o caso do *Telegram*⁵⁶ que esteve na mira da Justiça Eleitoral, durante todo o pleito eleitoral de 2022.

Destaca-se que vivendo ainda sob o pensamento autoritário e de raiz profunda, a sociedade brasileira vem sendo bombardeada constantemente por falsas informações (e isso ficou evidente nos pleitos de 2018 e 2022). Em entrevista ao jornal Folha de São Paulo⁵⁷ (12/06/2022), o professor da USP Pablo Ortellado, que estuda o debate político no meio digital, afirma que o uso da bandeira da “liberdade de expressão” por grupos bolsonaristas serve para pressionar as redes, mas os exime de sanções, como as sofridas por Donald Trump nos Estados Unidos ao ser banido das plataformas.

Na mesma reportagem, o pesquisador e consultor em políticas de comunicação e coordenador da plataforma Desinformante, João Brant, também explicou que há uma dimensão individual e uma coletiva quando do direito à liberdade de expressão. A individual é o direito que cada um tem de se manifestar. Já a coletiva é um direito reconhecido por entidades internacionais, sendo nesse sentido que se baseiam as remoções de notícias falsas das plataformas. E completa: “se mentiras não são exceção, mantê-las em circulação polui de tal forma o ambiente informacional que a sociedade deixa de estar bem-informada” (FOLHA DE SÃO PAULO, [online], 12 de junho de 2022).

⁵⁶ O *Telegram* voltou a se envolver em polêmicas em território brasileiro ao enviar mensagens em massa contra a PL 2630, em discussão no Congresso Nacional. O fato, ocorrido em 9 maio de 2023, fez com que o Supremo Tribunal Federal (STF) determinasse a exclusão do conteúdo postado pela empresa sob pena de multa e suspensão do serviço do *Telegram* no Brasil. Disponível em: <https://exame.com/brasil/telegram-deleta-mensagem-contra-pl-das-fake-news-apos-decisao-do-stf/>. Acesso em: 30/05/2023, às 14h17.

⁵⁷ PINHO, Ângela. **Defesa da liberdade de expressão por Bolsonaro é armadilha, dizem especialistas.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/06/defesa-da-liberdade-de-expressao-por-bolsonaro-e-armadilha-dizem-especialistas.shtml>. Acesso em: 26/10/2022, às 15h01.

Vale destacar que mesmo com todo o esforço no combate a desinformação, um estudo divulgado em outubro de 2022 e desenvolvido pela empresa de cibersegurança Avast⁵⁸, apontou que quatro em cada cinco dos brasileiros (79%) encontraram ou receberam notícias falsas durante a campanha eleitoral via redes sociais. Dos entrevistados 86 % não acreditam e nem ao menos tem certeza de que as plataformas são fontes confiáveis de informação. A pesquisa revelou ainda que um em cada cinco brasileiros (21%) tiveram contato com notícias falsas neste período, mas que preferiram não denunciar tal prática. Em relação a análise do conteúdo 36% garantem sempre verificar fatos específicos em diferentes fontes de informação, 30% dizem fazer com frequência a verificação e 23% afirmaram fazer a verificação apenas às vezes. Somente 7% assumiram que raramente verificam o que veem na internet e 3% garantiram que nunca fazem verificação ao receber uma informação via redes sociais.

A pesquisa revelou ainda que a família foi a fonte de informação mais confiável durante o pleito, considerado como confiável por 74% dos entrevistados. Em relação às mídias tradicionais, a televisão continua sendo a líder quando o assunto é obter informações sobre as eleições, sendo apontada por 74% dos entrevistados, seguido pelo rádio (34%). De acordo com a pesquisa, cerca de 37% dos brasileiros concordam que as notícias e os comentários nas mídias sociais podem influenciar a decisão do voto. Entretanto, 50% não entendem o que são os *bots* sociais e ao menos compreendem o seu funcionamento. O diretor Regional para a América Latina da Avast, Javier Rincón, acredita que “um alto nível de conscientização sobre *Fake News* é essencial na sociedade para combatê-las, pois quem começa a consumir sites de notícias com informações falsas pode entrar cada vez mais em um turbilhão”.

Sabendo-se que o fenômeno da desinformação – conhecido popularmente como *Fake News* - não é inédito, questionasse sobre a irracionalidade das pessoas frente a disseminação, compartilhamento e curtidas de notícias/informações que não apresentam dados comprobatórios e fontes fidedignas, indagando-se qual o papel do cidadão comum na sociedade da informação e suas responsabilidades ao divulgar falsos conteúdos que ferem os conceitos e responsabilidades frente à esfera pública e a própria opinião pública. Desalinhada ao que estabelece o Estado Democrático de Direito, causando danos irreversíveis à coletividade e

⁵⁸LIMA, Kaique. Quase 80% dos brasileiros receberam fake news em redes sociais. Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/eleicoes-2022-quase-80-dos-brasileiros-recebeu-fake-news-pelas-redes-sociais,fd94bce3b40eeb83e9a629c3744e79cde7i59o1m.html>.

colocando, inúmeras vezes, em risco a vida em sociedade, torna-se inconcebível a defesa de uma liberdade de expressão baseada em informações falsas já que falsidades não contribuem

(...) para a formação da convicção informada. Falsidades não auxiliam na tarefa de apreensão das circunstâncias fáticas relevantes, ou seja, na tarefa de bem compreender as circunstâncias sociais, políticas, econômicas, culturais e científicas de que cada cidadão deverá se ocupar. O objetivo de promoção do debate público de qualidade para viabilização da convicção informada não pode fundamentar o reconhecimento do valor em si de falsidades. De forma que, a partir da perspectiva instrumental da liberdade de expressão, não há, a princípio, razões para a proteção da liberdade de expressão de falsidades. (GROSS, 2018, p. 99-100)

Neste processo de combate à desinformação, a mídia - embora muitas vezes criticada por não cumprir sua função social devido a interesses dos conglomerados de comunicação, de políticos e de terceiros -, é peça chave no contexto democrático tornando-se responsável por funções que perpassam pela garantia de uma esfera pública deliberativa (HABERMAS, 1997), marcada pela liberdade de expressão e por mecanismos que permitam que as pessoas estejam devidamente informadas e que possam debater sobre problemas do cotidiano tomando suas próprias decisões sobre assuntos relevantes e de interesse mútuo.

O jornalismo profissional tem um papel crucial neste processo, dependendo dele que informações confiáveis cheguem aos cidadãos comuns. Entretanto, a crescente presença da desinformação na sociedade contemporânea vem colocando em crise e, principalmente, em risco o sistema democrático expondo um cenário que rompe com a confiança (HARJUNIEMI, 2021) na experiência (mídia, governos, educação, ciência) causando, principalmente, um deslocamento parcial da importância da mídia tradicional (GROSS, 2018) ascendendo à mídia digital – que a cada dia mais assume um papel relevante no debate público - e os conteúdos por ela disseminados⁵⁹.

Entre ataques e ofensas à imprensa, fato é que a informação está em crise, dando espaço ao processo da desinformação que suscita indagações de variadas ordens (econômica, política, cultural, educacional) atingindo todos os segmentos da sociedade. Originando-se de rumores,

⁵⁹ Ataques à imprensa são constantes, principalmente a jornalistas mulheres e negras, confirmando o discurso de ódio que persegue minorias no Brasil pelas redes. Segundo relatório divulgado em 2022, pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), em parceria com o InternetLab, INCT.DD, DFRLab, Instituto Vero, AzMina e Volt Data Lab, e intitulado “Como operações de influência entre plataformas são usadas para atacar jornalistas e enfraquecer democracias⁵⁹?”, tanto no *Twitter*, como no *YouTube*, ofensas dirigidas a mulheres com termos sexuais e questionamentos de suas habilidades foram frequentes, ao contrário de jornalistas homens brancos que recebem menos ofensas.

obras de ficção, interesses de governantes e outros interesses velados, as desinformações transformam-se em variáveis cognitivas dentro de cada pessoa tornando-se uma prática “pegajosa” (LEWANDOWSKY ET. AL, 2012, n.p.), e de difícil desvelamento, mesmo que desmentidas posteriormente por órgãos oficiais e por fontes que têm credibilidade nos campos em que atuam.

No final da década de 1970, do século XX, pesquisadores da Universidade de Stanford, desenvolveram estudos sobre o “*viés de confirmação*”, termo dado pelo psicólogo Peter Wason (1960) ao mecanismo capaz de explicar a tendência humana de buscar e até mesmo privilegiar informações que estejam de acordo com suas crenças, não se importando se o conteúdo acessado é verdadeiro ou falso⁶⁰. Dois grupos de voluntários foram testados sendo que um a favor da pena de morte e o outro contrário. Ambos tiveram que ler dois estudos falsos sobre a pena capital e a redução da criminalidade. Embora fossem falsos, esses estudos apontavam para direções opostas: um dizia que a pena de morte era eficaz e o outro apontava sua ineficiência.

Durante o estudo os voluntários foram orientados a classificar os estudos em relação a sua qualidade e validade. O resultado apontou que cada grupo valorizou algo que estaria diretamente ligado à sua crença pré-existente. Para os pesquisadores de Stanford mesmo com visões opostas, as pessoas encontram fundamentos para suas crenças, mesmo que outros elementos e até mesmo evidências apontem o contrário. Talvez esse comportamento (em partes) possa explicar ou mesmo iniciar um caminho que leve a compreensão do mau uso das novas tecnologias na sociedade contemporânea que vêm solidificando escolhas pessoais e ataques aos direitos humanos e a proliferação e disseminação de preconceitos e atitudes de ódio (NOBLE, 2018).

o poder da crença (...) já existia antes da internet. Trata-se daquilo que os psicólogos cognitivos chamam de “*viés da confirmação*”, ou seja, quando alguém é confrontado por informações que contrariam sua visão de mundo, as chances de que aceitará o novo dado como um fato, mudará sua opinião, ou questionará o próprio sistema de crenças são um tanto baixas. (PEROSA, 2017)

Portanto, pela prática do “*viés da confirmação*” o ser humano se torna mais propício e menos rigoroso quando o conteúdo condiz com as suas próprias crenças. Sendo assim, os sujeitos dispõem de maior dificuldade para se desprender do que realmente acreditam deixando

⁶⁰Disponível em: <https://exame.com/ciencia/vies-de-confirmacao-mente-aceita-so-aquilo-em-que-acredita-dizem-cientistas/>. Acesso em: 01/03/2023, às 11h12.

de fazer um questionamento pessoal e primando pelas suas próprias perspectivas de vida (BRITTO & LOMONACO, 1983). Essa postura pode alimentar o fenômeno da desinformação já que ao se deparar com notícias falsas (influenciadas pelos algoritmos) e que têm relação direta com suas crenças, os sujeitos acabam por acreditar e ainda compartilhar o conteúdo sem ao menos questionar a informação.

É inegável que os objetos envolvendo o fenômeno da desinformação e suas consequências em todos os campos sociais, são desafiadores e que estão em plena ebulição e, no momento, sem controle. Este cenário, no qual a verdade não é mais ditada pelas autoridades/instituições - mas sim – pelas redes e seus pares, é marcada por fatos e contra fatos, informações que, por sua vez, parecem idênticas causando confusão interpretativa por uma parcela significativa da população que ainda não compreende ou não está devidamente alfabetizada/ educada no sentido de entender/compreender como as mídias digitais operam e são financiadas.

A crise da verdade factual (BUCCI, 2019, p. 9) está galgada numa sociedade na qual paira a desconfiança nas instituições democráticas da imprensa e da política (BENNET & LIVINGSTON, 2018) e onde criou-se um ambiente perfeito para a proliferação de notícias falsas com portas abertas para que a desinformação tome corpo e forma (SANTAELLA, 2019). Com a ruptura das estruturas tradicionais (CHAPMAN, 2017) em meados dos anos 90, do século XX, a grande mídia antes considerada onipresente sendo responsável pela observação e produção de mensagens e quem ditava o funcionamento da sociedade contemporânea, encontra nas mídias digitais uma concorrente de peso para desempenhar esta função.

Com a fragilidade e o esmaecimento das atividades mediadoras representadas pelas mídias tradicionais, as relação de campos sociais e atores sociais foram e são modificadas de forma rápida na cultura digital. A internet transformou todos os setores sociais numa nova atividade de intercâmbio dinamizada por processos socio-térmico-emergentes (a internet e seus produtos). Das relações entre campos sociais e atores realizadas via negociações e processos regulatórios mais abrangentes, a produção social do sentido passa a ser realizada de forma conflitual e “os processos de circulação são o novo campo de batalha, e essa guerra apenas começou” (VERÓN, 2013, p.282).

A mediação algorítmica ganha cada vez mais espaço numa sociedade metrificada (PRADO, 2022) em alta velocidade que precisa urgentemente da aprendizagem sobre o funcionamento das mídias de modo que assegure a compreensão, a interpretação e o

entendimento sobre as informações exatas, honestas e protegidas dos abusos das ações de terceiros movidos por interesses obscuros.

A falta de protagonismo dos processos produtivos em favorecimento de uma atividade de produção de sentido, deslocou a centralidade dos especialistas na área da comunicação, à medida que os sujeitos e as instituições se deslocaram para um novo território de circuito de informação. Surge um novo tipo de construção discursiva, cujos antigos mecanismos (*mass media*) não tem mais controle e que também são afetados por esta nova ambiência. É o deslocamento para uma nova atividade e para uma cultura comunicacional cada dia mais em ascendência, uma lógica que escapa dos paradigmas comunicacionais clássicos.

No caso mais específico do fenômeno da desinformação, a prática tem encontrado brechas nesta nova ambiência, usufruindo dos sistemas abertos e a margem dos processos regulatórios que não dispõem de controle sobre o modo discursivo que circula pelas redes. Neste sentido a construção de uma nova arquitetura da comunicação se configurou centrada num intercâmbio dinamizado por diferentes formas de contato e a audiência passou a depender diretamente da ação dos sujeitos, sendo que, a partir de agora são os desejos que levam vantagem sobre o próprio pensamento. Lembrando que no mundo da conexão precisamos de aprovação (BOYD, 2015) característica intrínseca ao ser humano, que é um ser social e que justamente a internet e as redes sociais se baseiam nestas características.

A problematização sobre o fenômeno da desinformação no tecido social não perpassa única e exclusivamente pela verificação de fatos, pela correção dos registros, pela regulamentação das empresas de mídia social, pela conjuntura de ambiência da midiaticização, pelos processos de construção da desinformação e pela interpretação dos discursos. Há outras questões tão ou mais profundas que, neste caso, dizem respeito ao comportamento e as ações de instituições políticas e seus representantes, aos valores democráticos e a própria mídia oficial que, em alguns momentos, costuma dar um “efeito amplificador⁶¹” a histórias plantadas que não ganhariam tanta evidência em tempos anteriores (BENNET & LIVINGTON, 2018).

Relatório publicado em 2021, pelo Instituto para Democracia e Assistência Eleitoral⁶², com sede em Estocolmo, na Suécia, apontou que a desinformação, aliada ao silenciamento de

⁶¹ Para os autores Bennet & Livingston (2018) um dos exemplos de efeito amplificador promovido pela mídia tradicional foi o “movimento Birther”, que promoveu a ideia de que Barack Obama havia nascido fora dos Estados Unidos. Na ocasião, figuras políticas como Donald Trump, conseguiram chamar a atenção da mídia com a história.

⁶² Disponível em: <https://www.idea.int/publications/catalogue/state-democracy-americas-2021?lang=es>. Acesso em: 21/09/2022, às 14h51.

vozes críticas, estão entre os principais fatores que contribuem para a deterioração da democracia. O relatório aponta ainda que o autoritarismo, num cenário mundial, vem ganhando um espaço considerável, atingindo, inclusive, os Estados Unidos, considerado a maior democracia do mundo. Segundo o levantamento, 70% da população mundial vive em lugares onde há retrocesso democrático. Entre os países pertencentes à União Europeia estão Polônia, Hungria e Eslovênia.

Em relação ao Brasil o documento traz ações do governo bolsonarista entre 2018-2022, apontando que o mandatário pôs em risco a democracia no país, no momento em que não apenas negou os problemas causados pela pandemia de Covid-19 (incluindo-se escândalos de corrupção e protestos neste período de crise sanitária), como também promoveu durante o seu governo ataques constantes aos veículos de comunicação, aos profissionais da imprensa e ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), fazendo acusações infundadas e sem provas, inclusive em relação às urnas eletrônicas e ao processo eleitoral. Neste sentido, o Brasil foi o país apontado pelo relatório como o que mais sofreu erosão em sua democracia nos últimos anos.

Alicerçada ao surgimento de uma verdadeira desconfiança coletiva tendo à frente teorias da conspiração encabeçadas por negacionistas no mundo todo, a desinformação trouxe e, certamente continuará trazendo consequências futuras desastrosas ao colocar em xeque informações repassadas e comprovadas pela mídia tradicional, por governantes, por cientistas e por instituições de ensino representadas por escolas e universidades. O preço a pagar, mais precisamente na emergência sanitária de Covid-19, foi alto. A negação ao uso das vacinas (associada à desinformação em relação ao medicamento)⁶³ e, conseqüentemente, a resistência às medidas de segurança adotadas pelos governos do mundo todo ceifaram muitas vidas⁶⁴.

⁶³ Pesquisa realizada pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) em parceria com o Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI) realizou um levantamento entre mensagens disseminadas em relação a Covid-19, no período de 26 de março de 2020 a 31 de março de 2021. Foram detectadas 253 notícias falsas nestes período. Segundo a pesquisadora Claudia Galhardi, o grande fluxo de desinformação propagada nas redes foi motivado por interesses políticos, econômicos e negacionismo. RESENDE, Isabelle & ARAÚJO, Thayana. **Vacinas contra Covid-19 são principal alvo de fake news no Brasil, aponta estudo.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/vacinas-contracovid-19-sao-principal-alvo-de-fake-news-no-brasil-aponta-estudo/>. Acesso em: 22/09/2022, às 17h08.

⁶⁴ No início (e no decorrer) da pandemia de Covid-19 no Brasil, o “gabinete do ódio⁶⁴” prestou um desserviço à nação proliferando falsas informações sobre o vírus e confundindo a opinião pública. Uso de medicamentos não comprovados e indicados pela Organização Mundial da Saúde (OMS), desestímulo aos cuidados sanitários e informações inverídicas sobre as vacinas foram algumas das afirmações proferidas, inclusive pelo mandatário. De acordo com o site “Aos fatos⁶⁴” o presidente teria feito, desde o primeiro dia de seu mandato até setembro de 2022, 6.286 declarações falsas ou distorcidas.

Na indústria multimilionária da desinformação (maior beneficiária pelo descrédito das instituições sociais) a difusão de mentiras e boatos por organizações de fachada lucram quando o assunto é economia e política. A ação articulada de falsas informações mantém a proteção a interesses e a grupos que, utilizando de subterfúgios, desviam a atenção do público de problemas realmente importantes e efetivamente de interesse social. Ao financiarem campanhas de desinformação semeiam a dúvida, descredenciando, inclusive, o que é divulgado pelos meios tradicionais de imprensa. A meta é assegurar que o grande público jamais chegue a uma conclusão efetiva e que a dúvida paire em todas as discussões entre os pares.

Sendo assim, entram em cena os formadores de opinião das redes sociais (sejam políticos, jogadores de futebol, *influencers*, artistas, jornalistas, empresários, etc.), que na maioria das vezes não dispõem de formação técnica para emitir seu ponto de vista de forma coerente e sensata sobre determinados assuntos, costumam influenciar a opinião pública e se aproveitar desta situação já que as pessoas funcionam como espelhos de suas crenças (SANTAELLA, 2019). Movidos pelas verdades de seus mundos particulares, muitos aceitam passivamente informações que não tem base na realidade e até compartilham o conteúdo falso nas redes sociais ou via *WhatsApp* para grupos de amigos, colegas de trabalho e da própria família.

Por conseguinte, pesquisas (BENNET & LIVINGSTON, 2018; FREELON ET AL, 2020; ALVAREZ-BENEVIDES & JIMÉNEZ-AGUILAR, 2020) apontam para as estratégias utilizadas no processo de desinformação no qual agentes infiltrados nos infinitos ambientes digitais e, concomitantemente, os conteúdos ali produzidos e distribuídos sem nenhum critério de filtro ou aprovação, circulam pelas plataformas criando lógicas novas de circulação e consumo de informação via meios digitais. O sinal de alerta está justamente na observância de que novos atores sociais que hoje compõem o ambiente digital vem ganhando cada vez mais espaço no quesito confiança, ao contrário da mídia tradicional que, ao iniciar sua migração para o digital, não conseguiu transferir a mesma confiabilidade previamente depositada no ambiente *offline* para os usuários do ambiente *online*.

Vivemos em um ambiente de mídia fragmentado, onde a confiança na mídia convencional parece estar se desgastando. Segundo Chapman, (2017), à medida que as pessoas perdem a confiança na mídia “*mainstream*”, é mais provável que busquem opiniões de fontes alternativas, muitas das quais não estão sujeitas às mesmas regras e diretrizes regulatórias que

a mídia mais tradicional – então as fontes de notícias não estão realmente jogando em um campo nivelado.

As mídias digitais fornecem o material de base (os dados) e as infraestruturas (mídias sociais), enquanto a analítica (*analytics*) dos dados está evoluindo para o mais preciso mecanismo de alvo que jamais foi visto. Muito conteúdo online não está sujeito a nenhum processo editorial eficaz, com o resultado de que a desinformação, mesmo quando sinalizada como imprecisa, pode se espalhar como um incêndio, espalhada por "endossos" intencionais (ou talvez até não intencionais) por aqueles que compartilham, gostam e comentam sobre isso. (CHAPMAN, 2017⁶⁵)

É espantoso saber que a sociedade é rastreada de forma voluntária, já que é fortemente motivada pela gratuidade do acesso às redes sociais, sites, plataformas e aplicativos sem ao menos se dar conta de que vivemos um verdadeiro *big brother* tecnológico. As próprias emoções se tornaram mensuráveis já que a vigilância é constante. Os gostos e preferências são rastreados por algoritmos e a maioria das plataformas absorvem informações baseadas na navegação da internet.

É a tática de *Marketing* Digital denominada *remarketing*, uma estratégia que divulga produtos ou serviços para sujeitos que navegam na internet mostrando interesse em algo vendido por uma determinada empresa. As corporações e plataformas estão observando a todo instante as postagens e a forma como cada um se comporta, como vê e analisa o mundo se reflete como um espelho unilateral.

Tudo o que você gosta de ver e ouvir em serviços de *streaming*, quem você curte nas redes sociais, o que você compra nas lojas *online*, o que você joga no seu videogame, suas viagens, seus desejos, suas conversas por e-mail ou mesmo no WhatsApp; tudo isso está sendo monitorado 24 horas pelo olho da rede. Essa grande máquina social invisível, fruto da enorme personalização dos ambientes *online*, usa todos os dados coletados da vida digital para te oferecer tudo aquilo que ela considera relevante para você. (MANSERA, 2015, n.p⁶⁶)

A captação financeira baseada nos gostos e na coleta de dados dos usuários entra em cena e o capitalismo das plataformas lucra incansavelmente. Silveira (2021) lembra que desde a sua popularidade, as tecnologias digitais se tornaram imprescindíveis, principalmente, no

⁶⁵ CHAPMAN, Marina. Notícias falsas, câmaras de eco e bolhas de filtro: o que você precisa saber. Disponível em: <https://www.betterinternetforkids.eu/practice/awareness/article?id=1990814>. Acesso em: 23/09/2022, às 9h45.

⁶⁶ MANSERA, Anderson. **Filter bubble:** o que é, e como afeta sua vida online Disponível em: <https://mobizoo.com.br/curiosidades/filter-bubble/>. Acesso em: 26/08/2021, às 14h31.

ramo da economia e das grandes corporações, inclusive as de mídia digital, que caminham para uma tendência de “situações de monopólio” (SILVEIRA, 2017, p. 25), devido a existência de uma racionalidade no capitalismo industrial que incitaria as pessoas a fazer parte das maiores redes⁶⁷.

Considerados “caixas pretas inescrutáveis” (SILVEIRA & SILVA, 2020, p. 14), os algoritmos auxiliam o capitalismo digital-datafocado, criando “uma oportunidade de pesquisa revolucionária para investigar a conduta humana” (VAN DIJCK, 2014, 198). Destaca-se que o comércio eletrônico e digital, que viveu um *boom* no período de pandemia, nasceu de várias aplicações e modelos de negócios baseados nas redes. Somente em 2022, o volume total de transação por *e-commerce* no Brasil, beirou os US\$ 211 bilhões, ou seja, 40% do mercado na América Latina⁶⁸.

A mercadoria “dado” (SILVEIRA, 2021, p. 7), considerada como petróleo e criada pela “superindústria do imaginário”(BUCCI, 2021, p. 25) tem inestimável valor, estimulando, inclusive, as empresas de tecnologia a encontrar soluções rápidas e tecno-negociais para realização da mineração de dados e para atingir o público-alvo. Informações essas que, inicialmente, são dados brutos que precisam ser lapidados para a extração de seu valor e investimentos naquilo que realmente interessa às empresas ou aos sujeitos envolvidos no processo.

Prado (2022) lembra que independente de estarmos mergulhados no capitalismo da informação (HAN, 2019), de dados (MAYER- SCHONBERGER & RAMGE, 2018), dadocêntrico (MOROZOV, 2018) ou de controle (SILVEIRA, 2017), é fundamental perceber a mudança sob a ótica do capitalismo e como vem se desenhando a cibereconomia cognitiva e imaterial, pois, “os algoritmos, tal como os efeitos dos artefatos de tecnologia (...) são produtos da ação e da agência humana, resultantes de uma série de interações, disputas entre valores e interesses e de programações (PRADO, 2022, p. 180).

⁶⁷ Ver: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais**. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2017. E-PUB. Disponível em: https://www.academia.edu/40972822/Tudo_sobre_tod_at_s_Redess_digitaiss_privacidade_e_venda_de_dados_pessoais,

⁶⁸ STACHEWSKI, Ana Laura. E-commerce deve dobrar de tamanho no Brasil até 2026, diz estudo. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/empresas/noticia/2022/10/e-commerce-deve-dobrar-de-tamanho-no-brasil-ate-2026-diz-estudo.ghtml>. Acesso em: 01/03/2023, às 15h14.

Ao mesmo tempo que os algoritmos vigiam cada passo dado nas redes, “molduras ideológicas” são formadas, como diz Santaella (2019, p.14). A formação de “bolhas” acaba regulando o tráfego de informação e fazendo com que “muralhas em rede” (BUCCI, 2019, p. 61) sejam formadas e a neutralidade fique em segundo plano. Novas ideias, assuntos interessantes, troca de saberes e descobertas importantes deixam de ter notoriedade quando bolhas são formadas por conta seleção feita pelos algoritmos.

A unilateralidade formada pelo fenômeno, como afirma Santaella (2019), acaba por fixar crenças e manter hábitos inflexíveis de pensamento. Embora não percebam, as pessoas ficam mais vulneráveis tanto a propagandas quanto a manipulações, pois estão mergulhadas em seus preconceitos e crenças ficando impedidas de raciocinar de forma lógica sobre assuntos que podem mudar suas vidas.

Os modelos que maximizam o engajamento recomendado pelas redes sociais ainda trazem outra consequência perigosa: o impulso ao extremismo e, conseqüentemente, o aumento dos casos de violência. Autores como Gillespie (2014), Wardle (2017), Zuboff (2019) e Hao (2021) alertam para as tensões e o surgimento/formação de grupos que espalham preconceitos e discursos de ódio através das redes devido à personalização de conteúdos. A superexposição e argumentos que tendem a normalizar certas práticas (xenofobia, racismo, machismo, etc) flexibilizam uma “régua moral” e validam as ideias daqueles que se sentem isolados no mundo real e recorrem às redes para se sentirem mais próximos de seus pares e pensamentos comuns.

Sendo assim, casos de violência devido a propagação da desinformação e de ideias extremistas têm feito vítimas pelo mundo, sendo que frequentemente são registrados novos fatos⁶⁹. Diversas tragédias ocorridas no Brasil e no mundo, noticiadas em decorrência da sua

⁶⁹Em 3 maio de 2014, Fabiana Maria de Jesus⁶⁹, então moradora no Guarujá, em São Paulo, foi surpreendida por dezenas de moradores - muitos seus vizinhos e até conhecidos- no bairro Morrinhos, que a agrediram impiedosamente levando-a três dias depois a morte em decorrência dos ferimentos causados pelo espancamento sofrido. A acusação? A dona de casa seria uma suposta sequestradora de crianças utilizando-as em rituais de magia negra. A “informação” sobre os crimes supostamente cometidos por Fabiana teria chegado ao conhecimento da população via redes sociais, mais precisamente pela plataforma *Facebook*, através de uma divulgação feita pela página “Guarujá Alerta”. A foto de uma mulher, com características físicas semelhantes à de Fabiana, foi o estopim da violência e fez com que a população revoltada decidisse fazer justiça com as próprias mãos. Embora, em 2017 três acusados do espancamento tenham sido condenados a 40 anos de prisão em regime fechado e outro acusado a 26 anos, a família ainda luta para que o próprio *Facebook* seja punido já que o linchamento teria ocorrido pela falta de filtro da plataforma que permitiu a divulgação da falsa denúncia assim como – segundo a família- se omitiu ao manter a publicação do vídeo que mostra a vítima sendo brutalmente espancada. STEIL, Juliana. **Família de mulher morta por após Fake News luta por indenização de rede social**. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2021/05/03/sete-anos-depois-familia-de-mulher-linchada-apos-fake-news-luta-por-indenizacao-de-rede-social.ghhtml>. Acesso em: 06/09/2022, às 11h27.

gravidade, não são casos isolados de intolerância e violência causados e estimulados por mentiras criadas, disseminadas e compartilhadas de forma irresponsável por usuários da internet, por partidos e grupos de interesses (CHADWICK, 2013). Num cenário híbrido de convivência comum (as mídias digitais) entre novos e velhos atores (MASSUCHIN & TAVARES, 2021) no campo social, político ou econômico, a desinformação costuma contabilizar inúmeras vítimas em todo o globo.

Embora o tema seja tão preocupante e tenha ganhado relevância tanto por parte de governos, quanto por empresas de mídia, organizações não-governamentais e a própria sociedade civil organizada, nada impediu que linchamentos públicos como os ocorridos na Índia (2018⁷⁰) e no México (2018⁷¹/2022⁷²) levando a morte de mais de vinte pessoas acontecessem, num verdadeiro fenômeno de irracionalidade coletiva.

Isso sem contabilizar os inúmeros linchamentos virtuais⁷³ que se tornaram corriqueiros. Julgamentos que ocorrem via rede social provocando o “cancelamento” e ataques de ódio⁷⁴ a pessoas comuns e públicas nas redes. O tribunal da internet costuma ser implacável e as “infrações” cometidas por celebridades ou pessoas comuns vão desde posicionamento político, publicação de fotos consideradas “ridículas” pelos internautas, até lançamento de grife durante a pandemia de Covid-19.

⁷⁰ Até abril de 2018, pelo menos dezoito pessoas morreram na Índia em decorrência de linchamentos, atos estes estimulados por falsas informações repassadas via *WhatsApp*. **WhatsApp limita mensagens na Índia após notícias falsas levarem a linchamentos**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44897990>. Acesso em: 13/09/2022, às 13h53.

⁷¹ No estado de Puebla, dois homens foram espancados e queimados por suspeita de sequestro de crianças. Os linchamentos foram registrados por celulares. **Como as 'fake news' no WhatsApp levaram um povoado a linchar e queimar dois homens inocentes**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-46206104>. Acesso em: 13/09/2022, às 13h41.

⁷² Acusado de sequestrar crianças o ex-assessor da Câmara dos Deputados do México, Daniel Picazo, foi espancado e teve seu corpo incendiado por uma multidão que acreditou na falsa informação repassada via *WhatsApp*. **Homem é morto no México após ser alvo de Fake News no WhatsApp**. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/mundo/2022/06/5015371-homem-e-morto-no-mexico-apos-ser-alvo-de-fake-news-no-whatsapp.html>. Acesso em: 14/09/2022, às 13h28.

⁷³ Mercuri (2016) afirma que linchamento virtual é uma expressão utilizada pela mídia no sentido de explicar eventos de exposição nas redes (humilhação pública, julgamento), que são refletidos posteriormente no mundo real (intolerância, vingança e boatos carregados de desinformação).

⁷⁴ Um dos mais assustadores linchamentos virtuais envolveu o adolescente Lucas Santos⁷⁴, de 16 anos, filho da cantora forró de Walkyria Santos e que chamou a atenção da opinião pública brasileira, em 2021, escancarando a ação cruel e sem limites dos “juizes digitais” e intolerantes escondidos por trás da tela dos computadores/celulares. Utilizando-se da plataforma *Tik Tok*, Lucas criou um vídeo no qual aparece fazendo uma brincadeira afetiva com um amigo. Internautas destilaram inúmeros comentários homofóbicos sobre a produção, levando o adolescente a fazer um novo material explicando se tratar de uma brincadeira e que queria apenas “tirar onda” com o amigo. Como comentários maldosos e críticas continuaram, o jovem acabou cometendo suicídio.

Diante do aumento de casos de linchamentos virtuais e cancelamentos devido informações falsas, a antropóloga Izabel Accioly explica que os grupos ou pessoas com maior vulnerabilidade são as que mais sofrem com a questão do cancelamento (CNN BRASIL, 2021). Em certas práticas presentes neste tipo de violência, negros, LGBTQIA +, mulheres e pessoas pobres são vistos como indivíduos e corpos públicos que “não tem valor” e, portanto, “tudo bem falar mal de quem não tem tanto valor assim”. Na opinião da antropóloga, quanto maior a opressão ou a sobrecarga sobre esses indivíduos, mais as pessoas se sentem autorizadas a promover o linchamento virtual.

O que dá para pensar nesse comparativo é que o tribunal da internet não julga da mesma forma pessoas diferentes. Não é a mesma lei. Existem pessoas cujos erros são tolerados e pessoas cujos erros não são tolerados. É interessante ficar atento ao mesmo modo como o racismo e o machismo vão aparecer nesses discursos, no apontamento desse erro ou no perdão. (ACCIOLY, CNN BRASIL, 2021, n.p)

Entretanto, casos de violência, extremismo e linchamentos virtuais não são suficientes para frear o capitalismo selvagem das plataformas digitais⁷⁵ preocupadas muito mais com os *clickbait*s (caça-cliques) e com a “extração e o comércio de dados pessoais (...) no oceano do desejo inconsciente cada vez mais alienado (...) e monetizado” (BUCCI, 2021, p. 25) do que efetivamente em fiscalizar como seus serviços são utilizados e que tipo de conteúdo são publicados, disparados e comentados no uso de suas plataformas. Alimenta-se assim a

⁷⁵ A postura das multimilionárias empresas de mídia social, vem recebendo duras críticas. Em 2018, o fundador do *Facebook*, Mark Zuckerberg depôs durante cinco horas em audiência ao Senado dos Estados Unidos. O motivo? Explicar como a plataforma reagiu ao vazamento de dados de 87 milhões de pessoas pela consultoria política *Cambridge Analytica*. Na oportunidade Zuckerberg admitiu o erro e garantiu que a proteção da comunidade de usuários do *Facebook* era maior do que os lucros a serem alcançados pela empresa. O CEO e cofundador da empresa também foi chamado pelo Parlamento Britânico a depor já que um relatório havia caracterizado o *Facebook* como uma empresa que vem colocando a democracia britânica em risco, promovendo a desinformação e influenciando eleições com desproteção de informações sensíveis aos usuários da rede. O relatório ainda apontava a empresa como uma verdadeira “gangster digital”. Zuckerberg se negou - inicialmente a depor - mas em abril de 2018 esteve em Bruxelas e estabeleceu uma “*mea culpa*” afirmando: “Foi um erro, desculpem-me. Não fizemos o suficiente para impedir que as ferramentas que criamos também fossem usadas para fins prejudiciais”, o que foi visto pelos parlamentares britânicos como algo insuficiente, já que o empresário não prometeu nada além do que já prevê a legislação europeia de proteção de dados. Frances Haugen, ex-diretora do *Facebook*, em declaração feita em 2021 para o Parlamento Britânico, afirmou categoricamente que a rede social mais acessada no mundo (*Facebook*), vai fomentar mais atos de violência ao redor do mundo, justamente pela forma que seus algoritmos são projetos para promover conteúdos. Embora Mark Zuckerberg, presidente-executivo da empresa, tenha rebatido tais acusações, Haugen garante que “os eventos que estamos vendo ao redor do mundo, coisas como Mianmar e Etiópia o ranqueamento com base em engajamento faz duas coisas: uma, prioriza e amplifica divisões e polariza conteúdo extremo, e dois”.

publicidade, o entretenimento e o comércio, antes percebidos como operações acessórias nas relações de produção e que agora passam a ocupar o núcleo principal da fabricação de valor (BUCCI, 2021, p. 34).

3.3 POLÍTICAS E LEIS SOBRE AS *FAKE NEWS*

Países como Estados Unidos, Reino Unido, Argentina, Alemanha (e outros membros pertencentes ao bloco europeu) vêm discutindo a problemática da desinformação e como resolvê-la sem ferir ou desrespeitar os direitos fundamentais e democráticos. Entre os europeus, a Alemanha foi um dos primeiros países a trazer a temática para pauta na tentativa de legislar de forma mais rigorosa sobre os conteúdos publicados pelas plataformas digitais e suas efetivas responsabilidades sobre a ação dos usuários. O documento *Network Enforcement Act (NetzDG)*, promulgado em 2018 e utilizado por vários países – entre eles a Alemanha – nasceu a partir do reconhecimento da difusão de conteúdos maliciosos e carregados de desinformação e discurso de ódio. Eventos como o *Brexit* e escândalos como o *Cambridge Analytica* foram o estopim para que surgissem mecanismos que exigissem uma maior transparência das atividades desenvolvidas nas plataformas.

Desde 2017, a União Europeia, EU, desenvolve o “*Roadmap: Fakenews and online disinformation*”. O documento parte da premissa de um acesso universal à informação confiável e regulamenta o combate a desinformação através de monitoramento de notícias falsas. O material foi produzido por um grupo de alunos do Mestrado em Comunicações Estratégicas do *King's College London*. O documento entende que o **acesso universal a informação é um dos pilares basilares da democracia**.

A UE ainda dispõe também de um *Plano de Ação Contra a Desinformação*, em que uma comissão trabalha no sentido de garantir a proteção dos valores europeus e dos sistemas democráticos. A Europa, assim como todos os países do mundo, é atingida por campanhas de desinformação e uma série de iniciativas foram tomadas para o combate do problema, entre as principais iniciativas estão: constituição do *Código de Prática de Desinformação* que estabelece um conjunto de padrões autorregulatórios mundiais para a indústria; e a criação do *European Digital Media Observatory*, um centro europeu para verificadores de fatos, acadêmicos e outras partes interessadas relevantes para apoiar os decisores políticos.

Nos territórios latino-americanos existem (atualmente) onze projetos que tem como objetivo prevenir ou mesmo punir criminalmente os atos cometidos através do uso das *Fake News*. Na Argentina, em 2020, foi criado o Observatório de Desinformação e Violência Simbólica em Mídias e Plataformas Digitais. A criação do observatório, que tem como meta “proteger os cidadãos de notícias falsas”, gerou controvérsias por estar diretamente ligado à Defensoria do Público, órgão criado pela Lei de Medios, reguladora dos meios de comunicação de massa no país. A Defensoria alega que não há intenção de controlar ou fiscalizar os trabalhos da imprensa e que sua função será pesquisar a violência simbólica de notícias falsas ou maliciosas.

O Chile conta com três projetos que visam regulamentar e punir a propagação de *Fake News* na rede. O primeiro deles tipifica no Código Penal o crime de “difundir notícias falsas que perturbam a ordem social ou causam pânico na população”, com pena de prisão para quem cometer o ato infracional. Outro projeto refere-se a pandemia de Covid-19, penalizando em até US\$ 14 mil aqueles que se propuserem a disseminar notícias que prejudiquem o trabalho das autoridades sanitárias via rede e outros meios de comunicação. Já a terceira proposta chilena sugere prisão e multa de até US\$ 7 mil para aqueles que espalharem “acusações, denúncias ou notícias que se refiram a fatos capazes de alterar a sinceridade do processo eleitoral.”

No Brasil, o Marco Civil da internet (Lei 12965/14⁷⁶), sancionada por Dilma Rousseff, em 2014, após a aprovação do Senado Federal, estabelece direitos, deveres e garantias no meio digital. O Marco Civil é considerado uma “Constituição da Internet” por ser uma legislação de cunho principiológico⁷⁷. Entretanto, Pretto (2017) alerta para tentativas de mutilação do Marco Civil da internet no Brasil com os projetos de lei 215/15 (ainda em tramitação no Congresso Nacional), PL 1547/15 (aguardando Designação de Relator na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) e PL 1.589/2015 (regime de tramitação no Congresso Nacional). Ao tentar modificar o Código Civil Brasileiro as PLs buscam

permitir que dados dos usuários sejam fornecidos a autoridades públicas independentemente de ordem judicial, assim como a obrigatoriedade de retirada

⁷⁶ Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/30054611/do1-2014-04-24-lei-n-12-965-de-23-de-abril-de-2014-30054600. Acesso em: 14/09/2022, às 15h30.

⁷⁷ “Tem como principal finalidade estabelecer os princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Para isso, institui uma série de **diretrizes** que deverão ser seguidas pelos entes federativos (União, Estados, Distrito Federal e Municípios), provedores de Internet, empresas e todos os outros envolvidos na aplicação, disponibilização e uso do ciberespaço”. Disponível em: <https://www.politize.com.br/marco-civil-da-internet/>. Acesso em: 14/09/2022, às 15h41.

de conteúdos postados na internet, nos casos de mera alegação de crimes contra a honra – calúnia, injúria e difamação –, impondo penalidades de restrição física e econômicas ao provedor de internet, comprometendo o princípio da inimizabilidade da rede. Entre os dados dos usuários que podem ser obtidos sem ordem judicial estão os conteúdos de comunicações na Internet: e-mails, mensagens e conversas no Skype e WhatsApp, por exemplo. (MOVIMENTO MARCO CIVIL JÁ, JORNAL A TARDE, SALVADOR, 2015)

Os questionamentos apontados por Pretto (2015/ 2017) e pelos demais membros que compõem o movimento, estão justamente no fato de que as PLs atentam contra a privacidade e a liberdade de expressão, numa onda conservadora de vigilância. A lei 12965/14 garante os direitos fundamentais para os usuários da rede (privacidade e liberdade de expressão), entrando em consonância com as orientações internacionais. “Nossa Lei foi saudada em todo o mundo. Estávamos garantindo que a internet continuasse como ela de fato nasceu: um espaço da liberdade e não um espaço aprisionado pelo modelo de negócios das operadoras de telecomunicações”. (BLOG UFBA⁷⁸, 2015, n.p)

Em 2020, outro projeto de lei controverso (2630/2020), foi protocolado visando instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Popularmente conhecido como Projeto Lei ou “PL das Fake News” o projeto estabelece a necessidade de moderação de conteúdo *online* indicando deveres de transparência, justificação e mecanismos de contestação de decisões tomadas pelas plataformas digitais.

A ementa estabelece:

normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei. (SENADO FEDERAL⁷⁹, 2020, n.p)

Sob contestação de organizações da sociedade civil e de mais de cinquenta entidades nacionais e internacionais o texto passou pelo Senado Federal sendo encaminhado ao Congresso Nacional para votação. Em 2021, o IAB Brasil (*Interactive Advertising Bureau*) lançou um manifesto⁸⁰ pedindo a revisão de alguns pontos considerados pela instituição como críticos à

⁷⁸ Disponível em: <https://blog2.ufba.br/nelsonpretto/?p=4018>. Acesso em: 01/03/2023, às 18h.

⁷⁹ Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 01/03/2023, às 19h09.

⁸⁰ Disponível em: <https://iabbrasil.com.br/release-iab-brasil-lanca-manifesto-em-defesa-da-publicidade-digital/>. Acesso em: 02/03/2023, às 13h30.

economia. *Facebook, Google, Instagram e Twitter*, além do Mercado Livre também divulgaram uma carta⁸¹ se manifestando contrário ao projeto afirmando que a proposta desvirtuou o objetivo de combater a desinformação. A respectiva PL ainda ameaçaria a internet como instrumento livre, democrático e aberto ao propor que as plataformas remunerassem veículos jornalísticos que publicassem nas redes, favorecendo assim, empresas de conteúdos maiores e mais tradicionais e prejudicando o jornalismo independente.

A Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), Associação Brasileira de Mídia Digital (ABMD), Associação de Jornalismo Digital (AJOR), Associação Profissão Jornalista (APJor), Coalizão Direitos na Rede (CDR), Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e Movimento Conteúdo Jornalístico Tem Valor foram entidades que, embora reforçando o jornalismo como pilar democrático, levantaram dúvidas em relação a como seria feita a remuneração e o que efetivamente seria considerado material de cunho jornalístico.

Importante destacar que o texto da PL das Fake News estava previsto para ser votado em 02 de maio de 2023, mas foi adiado pelo presidente da Câmara dos Deputados, sem data definida para nova votação. A chave de braço que envolve as discussões da matéria colocam de um lado os defensores da proposta que alegam que o projeto será fundamental no combate a desinformação e ao discurso de ódio no ambiente digital e do outro os opositores que apontam riscos que ferem a liberdade de expressão, caso a PL seja aprovada. As *big techs*, por sua vez, alegam a inviabilidade dos serviços “gratuitos” aos usuários em caso de aprovação, exercendo um lobby entre políticos em geral, deputados e senadores e uma verdadeira campanha junto à opinião pública, disparando conteúdos em desacordo à proposta, como foi feito pela plataforma *Telegram*.

Embora haja discordâncias entre as inúmeras PLs que transitam hoje pelo Congresso Nacional e que tratam da regulamentação das redes, fato é que ainda há um longo caminho a ser percorrido para efetiva e eficiente regulamentação dos conteúdos a serem publicados nas redes sociais de forma consciente e sem que haja - como desculpa de proteção aos usuários e instituições - controle ou censura, das empresas de mídias sociais. Entretanto, ao associarem investimentos em segurança da informação como um centro de custos, as empresas permitem

⁸¹Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2022/pl-2630-2020-deixou-de-ser-sobre-combater-as-fake-news. Acesso em: 02/03/2023, às 13h31.

a proliferação de materiais produzidos, compartilhados e comentados livremente por seus usuários, sem um filtro que possa impedir a proliferação de informações inverídicas e perigosas que possam colocar em risco até mesmo a própria democracia.

Bucci (2021) alerta que a principal barreira está justamente em estabelecer normas que incluam as grandes corporações, como *Google* e *Facebook*. Além disso, ainda se torna um entrave encontrar soluções que visem acordos multilaterais entre os países e as legislações nacionais que, segundo o autor, deverão estar alinhadas entre si. Esses conglomerados elevaram o negócio do *database marketing* a um verdadeiro extrativismo digital ou virtual, desenvolvendo técnicas neuronais para magnetizar os sentidos dos usuários das redes.

É fundamental entender que não há isenção de responsabilidade neste universo midiático digital e, que, portanto, existe a necessidade de se encontrar um denominador comum para a propagação da informação e para uma regulamentação das empresas, via reflexões e debates plurais em defesa de valores democráticos e de direitos fundamentais que garantam a liberdade de expressão. No entanto, sem confundir a liberdade de dizer o que se pensa com propagação de falsas informações e de conteúdo discriminatório, vexatório ou mentiroso que possa prejudicar a imagem de outrem.

3.4 QUAL O PAPEL DA EDUCAÇÃO DIANTE DA DESINFORMAÇÃO?

Nessa discussão, uma breve revisão de literatura demonstra que pesquisas em torno das chamadas “*Fake News*” ou sobre o fenômeno da desinformação cresceram exponencialmente ao longo dos últimos anos. A terminologia costuma abarcar uma universalidade de informações consideradas falsas e acríicas que, por vezes, acaba por banalizar o próprio termo, privilegiando apenas a relação no âmbito digital como ferramenta técnica e a disseminação de conteúdos falsos, excluindo deste processo o âmbito das implicações políticas, sociais, culturais e econômicas que norteiam uma temática tão polêmica e que demanda reflexões em todos os setores da sociedade.

O desprezo pelo saber científico, as crenças pessoais e religiosas, a argumentação sem comprovação satisfatória, o discurso de ódio, a falta de empatia e disponibilidade de debate saudável de ideias, além da disseminação de informações incorretas faz com que os olhares se voltem para a importância de desenvolvimento de políticas públicas que minimizem a desinformação e possibilitem a formação de cidadãos mais críticos e analíticos, que

compreendam os meandros da sociedade da informação e este momento crucial na história da humanidade.

A necessidade de se combater o ciclo da desinformação tem se tornado pauta de discussão nos últimos anos. Nações de todos os continentes vêm discutindo processos regulatórios que, se por um lado pretendem dar (teoricamente) um norte para o que efetivamente pode ou deve ser publicado em termos de políticas públicas, por outro tentam encontrar soluções viáveis para evitar o cerceamento da liberdade de expressão ou a censura sobre as informações produzidas e distribuídas por empresas de comunicação tradicional e digital.

Discute-se também sobre os interagentes/usuários neste processo já que muito se problematizou a respeito das possibilidades da liberdade individual de cada cidadão e do coletivo desde o advento das tecnologias digitais. Além disso, há a preocupação na formação destes sujeitos sendo um grande desafio a ser enfrentado pelo setor educacional frente a uma geração que domina as técnicas e as funcionalidades das ferramentas digitais, mas que necessita urgentemente de ajuda para organizar de forma significativa as informações que chegam - na maioria das vezes - fragmentadas e tendenciosas via redes e por inúmeras telas.

(...) grande parte do conhecimento que cidadãos educados necessitam utilizar na sua vida futura ainda não foi descoberta. A escola deve, portanto, preparar para aprender a produzir e a valorizar as informações e a elaborar conhecimento no presente e no futuro mais do que reproduzir os dados produzidos no passado. (PÉREZ GÓMEZ, 2015, p. 80)

No mundo dos *bots*, *bits*, *bytes*, *filter bubbles*, câmeras de eco e algoritmos, o conteúdo *online* está longe de passar por um processo editorial eficaz que esclareça de forma coerente e não manipule a opinião pública a seu bel-prazer. Cada aceitação, através da curtida de uma postagem ou de um “like” é uma “mensagem no ego”, além de contribuir com a monetização da plataforma, como já discutido anteriormente. É como se as pessoas estivessem chancelando sua forma de ver o mundo e de se expressar. Sean Parker, o primeiro financiador do *Facebook*, reconhece essa artimanha cuidadosamente desenvolvida para atingir os sujeitos que navegam pela rede social.

Nós oferecemos a você uma pequena dose de dopamina cada vez que alguém curte, comenta uma foto ou um *post*, ou qualquer outra coisa sua. É um *loop* de validação social, exatamente o tipo de coisa que um *hacker* como eu poderia explorar, porque tira proveito de um ponto fraco da psicologia humana. (PARKER apud EMPOLI, 2019, p. 75)

No entanto, para pesquisadores da temática, entre os inúmeros desafios e caminhos árduos a serem percorridos na busca incessante de revelar ou tentar ao menos compreender um universo mergulhado pela circulação e consumo desenfreado da desinformação – visto que a estratégia não é nova e já foi utilizada para os mais diferentes fins em tempos remotos por imperadores, reis, poetas, publicitários, governos e déspotas – está o fato de entender/decifrar quais dificuldades o cidadão comum encontra no processo que envolve a escolha de fontes fidedignas de informação e os verdadeiros motivos que levam ao descrédito à verdade factual.

As reflexões perpassam ainda pelo entendimento de como grupos - compostos por adultos, adolescentes e jovens das mais variadas situações econômicas e sociais - ao mesmo tempo em que se tornaram hiperconectados tendo acesso à inúmeras ferramentas e oportunidades de informações, contatos e aprendizados, fecham-se em pensamentos radicais envoltos em crenças, ideias fixas, religiões, afinidades políticas (PEROSA, 2017). São sujeitos que interagem e se expõem cotidianamente e que, na maioria das vezes, compartilham informações sem checagem dos fatos, sendo que essas inverdades proliferadas via redes sociais colocam em risco a vida de outras pessoas/grupos na direção contrária à liberdade de expressão e à própria manutenção da democracia.

E quanto ao papel da educação neste processo? A necessidade de uma educação midiática nas escolas vem sendo apontada há tempos por diversos estudiosos (BUCKINGHAM, 2011, 2012, 2021; BORGES & SILVA, 2019; FANTIN, 2005, 2012, 2016; FÉRRES & PISCITELLI, 2015; SCOLARI, 2018, 2019, entre outros) como uma alternativa não só do domínio técnico das ferramentas, mas, da compreensão crítica dos meandros que envolvem o ecossistema da comunicação e da desinformação. Assim, a educação pode garantir o desenvolvimento do senso crítico, do estímulo ao intercâmbio de ideias, do entendimento de mundo, do respeito ao próximo, da garantia da liberdade de expressão, do combate as mentiras, da produção ética e de qualidade e do exercício da cidadania.

Para o coordenador-geral da Aliança Global em Mídia e Educação da Unesco, Alexandre Le Voci Sayad (2019), a educação midiática é fundamental no combate ao fenômeno da desinformação. Entretanto, alerta que sua implementação e sucesso depende da atuação conjunta e intersetorial envolvendo não apenas as escolas, mas os governos, as universidades, pesquisadores e até mesmo os veículos de comunicação. Lembrando que no Brasil, a implementação da educação midiática nas escolas está prevista na Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

O desafio posto à educação é criar ambientes nos quais a vasta gama de informações as quais os estudantes têm acesso possam ser discutidas e analisadas no intuito de gerar conhecimento e outras práticas (PRETTO & BONILLA, 2014). Neste sentido, os autores reforçam a necessidade da implementação de novas práticas num currículo aberto, flexível, hipertextual, no sentido de dar conta da diversidade de temas que fazem parte da vida dos estudantes.

No bojo destas tensões está o futuro de jovens estudantes inseridos numa cultura digital, que querem ser ouvidos e fazer parte de um mundo em rede, no qual podem interagir, criar relações e se serem vistos. Sujeitos muitas vezes desmotivados pela obrigação de fazer parte de uma aparelhagem antiquada (a escola) que se tornou incompatível com seus corpos e suas subjetividades (SIBILIA, 2012, p. 13). Conhecer esses jovens, suas vidas, realidades, aspirações, desejos e dificuldades faz parte do processo de implementação de políticas que visam ensiná-los também a fazer a leitura dos meios e da sociedade no qual vivem. Mas esse é um assunto para o próximo capítulo.

4. CULTURAS JUVENIS E SUAS PRÁTICAS MIDIÁTICAS NA CULTURA DIGITAL

O capítulo busca problematizar os modos como tem sido pensadas e analisadas as culturas juvenis e suas práticas midiáticas na cultura digital. Objetiva analisar a relação de jovens estudantes com as novas tecnologias, as competências digitais, bem como a forma como esses sujeitos experimentam e se apropriam dos bens culturais e seus consumos midiáticos na sociedade. As referências aqui elencadas e os aportes teóricos realizados ao longo do capítulo tentam elucidar e compreender as juventudes que, agora em rede, procuram encontrar seu lugar na sociedade e definir suas identidades utilizando os meios digitais como espaço de sociabilidades, individualidades, integrações, compartilhamentos, trocas e, sobretudo, produções biográficas e identitárias, movidos por ações que “fujam” de certos laços familiares e percorram comunidades mais amplas, expandindo a convivência com outras pessoas em busca do “direito à liberdade”.

4.1 O QUE É SER JOVEM?

Explicar o que é ser adolescente/jovem (utilizado aqui não como sinônimo, mas para explicar essa fase), nem sempre é uma das tarefas mais fáceis, embora no senso comum a juventude seja considerada a melhor etapa da vida, já que as “atribuições” do universo adulto (trabalhar, casar, cuidar dos filhos, pagar contas), teoricamente ainda estariam sob a responsabilidade dos pais/responsáveis. No entanto, a transição para a vida adulta é marcada predominantemente por inseguranças, dúvidas, aspectos de privações de independência, falta de reconhecimento e de autonomia com uma vigilância constante sob a justificativa de imaturidade neste período da vida.

Na ânsia de se fazer ouvir e na busca de pertença à comunidade a qual estão inseridos, esses sujeitos se deparam com situações distintas: de um lado já conseguiram assimilar valores e seus corpos estariam aptos o suficiente para executar diversas tarefas; de outro não podem participar de todas as “regalias” da vida adulta, pois não são “maduros” o suficiente. A imposição desta “moratória”, como aponta Calligaris (2000), pode causar desconforto, descontentamento e rebeldia já que o corpo e o espírito estão prontos para a “competição”, mas em contrapartida ainda não são sujeitos reconhecidos como adultos e, portanto, não podem usufruir das mesmas liberdades e direitos.

No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece que adolescente é o indivíduo entre 12 e 18 anos incompletos. Já o termo jovem costuma ser utilizado para designar a pessoa entre 15 e 29 anos, seguindo a tendência internacional. Assim, podem ser considerados jovens os adolescentes-jovens (entre 15 e 17 anos), os jovens-jovens (com idade entre os 18 e 24 anos) e os jovens adultos (faixa-etária dos 25 aos 29 anos).

Assim, é comum atribuir a este período uma idade específica, mas que raramente contempla um conceito real do que é ser jovem, embora a transformação corporal com a puberdade seja visível e importante⁸². Ao tentar descrever, compreender ou mesmo conceituar esta fase da vida, não se pode excluir questões de ordem social, financeira, política e cultural (fugindo assim, da simplificação de análises por faixa etária), pois em determinadas circunstâncias e realidades da vida, diversos fatores poderão ditar o “amadurecimento” precoce destes jovens que terão como única alternativa trilhar caminhos diversos e tomar atitudes que adentrem à realidade da vida adulta.

Para Calligaris (2000), os jovens vêm tentando sobreviver ao complicado quadro da família moderna. Ora almejam o sonho de liberdade e a evasão dos adultos, ora se deparam com a violência, com a desordem, com a repressão, com a desconfiança e, sobretudo, com os olhos sedentos do mercado, que ao vê-los como potenciais consumidores lhes apresenta um mundo geralmente irreal, composto por corpos e vidas perfeitas. Essa pressão por um modelo/padrão de corpo ao lado de um universo de afirmação e fantasias singulares vem contribuindo ao longo de décadas para o surgimento de problemas de ordem psíquica (ansiedade e depressão) e de distúrbios alimentares como anorexia e bulimia. Nessas tensões e contradições sobre ser jovem, o fato é que as indefinições etárias continuam sem ter um consenso.

Artigo publicado em janeiro de 2018, pela revista científica *Lancet Child & Adolescent Health*⁸³, reacendeu polêmicas e trouxe à tona discussões sobre o real período que definiria (em tese) a “passagem” da adolescência/juventude para a vida adulta. De acordo com os pesquisadores Sawyer & Azzopardi & Patton & Wickremarathne (2018), as características da

⁸² “Parados na frente do espelho, caçando as espinhas, medindo as novas formas de seu corpo, desejando e ojerizando seus novos pêlos ou seios, o adolescente vive a falta do olhar apaixonado que ele merecia quando criança e a falta de palavras que o admitam como par na sociedade dos adultos. A insegurança se torna assim o traço próprio da adolescência”. (Calligaris, 2000, p. 25).

⁸³Revista Científica *Lancet Child & Adolescent Health*. Disponível em: <https://www.thelancet.com/journals/lanchi/home>.

vida moderna, como estudar por um período mais longo de tempo, adiar o casamento ou mesmo a maternidade/paternidade, seriam justificativas para a “extensão” da adolescência que agora passaria dos 19 para os 24 anos.

Essa “redefinição”, de acordo com os pesquisadores, seria fundamental para orientar governos e assegurar leis que beneficiariam o público pertencente a essa faixa etária. Para eles, “indiscutivelmente, o período de transição da infância para a idade adulta agora ocupa uma parte maior do curso de vida do que nunca, em um momento em que forças sociais sem precedentes, incluindo *marketing* e mídia digital, estão afetando a saúde⁸⁴ e o bem-estar ao longo desses anos (SAWYER & AZZOPARDI & PATTON & WICKREMARATHNE, 2018).

Tal publicação gerou diversos questionamentos sobre os aspectos adotados pela pesquisa, apontando riscos na interpretação dos pesquisadores, já que a referência apenas pela faixa etária de jovens não seria suficiente para explicar fenômenos que englobam um conjunto social diversificado e organizado por diferentes pertencas, classes sociais, situações econômicas, parcelas de poder e interesses. O contraponto está justamente no risco de uma “infantilização dos adultos”, sobretudo, pelo fato de que (...) “os jovens são moldados de forma muito mais significativa pelas expectativas da sociedade sobre eles do que por seu crescimento biológico intrínseco” (MACVARISH⁸⁵, 2018).

Fato é que discussões sobre o tema não são e nunca serão casos isolados ou uma novidade. Polêmicas em relação as definições, critérios e conceitos com exatidão sobre o que é ser adolescente/jovem ainda são desafios enfrentados por pesquisadores e cientistas no mundo todo e sempre causam controversas. A temática já navegou pelos olhares de inúmeros estudiosos de diferentes áreas. Só para mencionar alguns: Psicologia (STANLEY HALL, 1904; ERICKSON, 1976; ABERASTURY & KNOBEL, 1989, C. CALLIGARIS, 2000), Sociologia (CLÍMACO, 1991; LECCARDI, 1991; MELUCCI, 1997; COMTE, 1998; E DILTHEY, 1989), Antropologia (MEAD, 1951; BECKER, 1989; PAIS, 1993); e História (LEVI & SCHIMITT, 1996; FEIXA, 1999; SANDOVAL, 2002) e até da Biomedicina.

⁸⁴De acordo com o psicólogo Cristiano Nabuco, que coordena em São Paulo uma unidade para dependentes de tecnologia, o uso exagerado do celular por crianças e adolescentes pode afetar o cérebro já que *smartphones* e outras telas são fontes inesgotáveis de estímulos rápidos e provocam a liberação de dopamina capaz de viciar e causar *looping* perigoso à saúde. Entrevista concedida à jornalista Marina Pagno em 14/02/2023 ao site de notícias G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/noticia/2023/02/14/criancas-e-adolescentes-no-celular-uso-exagerado-afeta-o-cerebro-e-a-concentracao-veja-o-que-fazer.ghtml>.

⁸⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/adolescencia-agora-vai-ate-os-24-anos-de-idade-e-nao-so-ate-os-19-defendem-cientistas.ghtml>. Acesso em: 03/12/2022, às 5h35.

Sofrendo variações no decorrer do tempo e sendo abordada por diversas linhas de pesquisa, a partir da última década do século XX as discussões em torno da temática ganharam um novo e importante capítulo: afinal como conceituar o que é ser jovem a partir não só do surgimento, mas da explosão das tecnologias digitais na sociedade contemporânea? E como pensar a partir deste contexto, a constituição das identidades juvenis e suas relações no universo digital?

Para entender esse complexo sistema, as reflexões iniciais deste capítulo buscam tensionar, do ponto de vista conceitual, o debate sobre o que é ser jovem buscando, *a priori*, encontrar outras possibilidades de definição desta fase da vida. As condições de ser jovem não se desvinculam do contexto histórico e sociocultural, pois “la juventude es una construcción que selecciona actores y características” (VALENZUELA, 1998, p. 39).

Entre as conceituações consideradas tradicionais, certamente, as que mais apresentam elementos equivocados são as que buscam estabelecer padrões e regras na tentativa de categorizar os sujeitos nesta fase da vida como seres homogêneos e “visíveis” em qualquer parte do mundo, possuidores de características comuns, sejam em relação aos traços biológicos, comportamentais ou psicológicos. A construção desta análise, associada a tentativa de generalização (cujo interesse nasce, principalmente na sociedade capitalista, como veremos ainda neste capítulo), é desacreditada, principalmente, pelo fato de que a juventude tem e deve ser compreendida como plural, ou seja, constituída por diversos elementos que transcendem uma simples condição etária, mas que perpassam por antagônicas experiências de vida.

Autores como Gennep (1977), Dolto (1990), Feixa (1988), Reguillo (1998) e Martín-Barbero (1998) também têm questionado há tempos as generalizações, pois creem que “em nenhuma parte do mundo a juventude representa um bloco homogêneo capaz de responder por um conjunto de categorias fixas” (REGUILLO, 1998, p. 58). Sendo assim, torna-se necessário pensar as adolescências/juventudes no plural, atravessadas pelos contextos das relações nas quais estão inseridas, refletindo sobre os mecanismos adotados nas categorizações desta população, marcada por percepções sócio-históricas que variam de uma cultura para outra e que, mesmo na contemporaneidade, não são consensuais (SALLAS & BEGA, 2006).

Como veremos adiante, embora, na cultura popular defina-se este período como uma fase “automática” e delimitada (principalmente pela idade⁸⁶), há de se considerar outros fatores que perpassam condições históricas e territoriais diversas. É inadmissível considerar que durante o processo de “passagem” para o mundo adulto, jovens não estejam alheios às transformações sociais, econômicas, políticas e culturais, sejam quais forem os ambientes em que habitam, cada qual, dentro de suas realidades, se tornando peças-chave nas mudanças que afetam diretamente suas vidas, vivenciando cotidianamente suas histórias, escolhas, realidades e momentos distintos num mundo único e extremamente complexo.

A clareza desses elementos não impede que as imagens que cada geração projeta na sociedade adulta sejam, muitas vezes, apresentadas de forma distorcida e num verdadeiro rito de eterno retorno. “Rebeldes”, “transgressores”, “impertinentes”, “irresponsáveis”, “impetuosos”, “alienados”, “individualistas”, “consumistas” e, por vezes, até “delinquentes” (MARTÍN-BARBERO, 2008, BUCKINGHAM, 2008), são “adjetivos” utilizados por adultos que, por vezes, também se referem aos adolescentes como “aborrecentes”. Entretanto, como aponta Feixa (2014), um dos equívocos é julgar os jovens à luz da própria geração já que é preciso assumir que cada geração encontra mecanismos diferentes para se tornar adulto e garantir seu espaço na sociedade.

É importante destacar ainda que concomitantemente às transformações corporais e psíquicas, os jovens também são submetidos ao julgamento social, como de certa forma todos somos (CLARKE et. al, 2006). Entretanto, dúvidas em relação ao futuro, angústias, indefinições, tomada de decisões importantes e rápidas que repercutem e/ou poderão influenciar

⁸⁶ Bourdieu (1983, p. 2) alerta que as divisões entre as idades são arbitrárias e que a fronteira entre a juventude e a velhice sempre foram objetos de disputa em todas as sociedades. Na Florença do século XVI os jovens eram desafiados pelos mais velhos através de uma ideologia de virilidade e violência. Já na Idade Média a juventude era manipulada por detentores de patrimônio que mantinham a ideia de irresponsabilidade nesta faixa etária, evitando assim, a pretensão à sucessão de jovens nobres. Portanto, “a idade é um dado biológico socialmente manipulado e manipulável; e que o fato de falar dos jovens como se fossem uma unidade social, um grupo constituído, dotado de interesses comuns, e relacionar estes interesses a uma idade definida biologicamente já constitui uma manipulação evidente”. Vale destacar que a adoção da cronologia para definir o período da adolescência/juventude difere até mesmo entre organismos nacionais e internacionais. “O Ministério da Saúde segue como definição de adolescência a prescrita pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que caracteriza o período de 10 e 19 anos e compreende como juventude a população dos 15 a 24 anos. O Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013) define juventudes a partir de faixas etárias. Dos 15 a 17 anos são adolescentes-jovens; dos 18 a 24 anos de jovens-jovens e entre os 25 a 29 anos são denominados jovens-adultos”. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/proteger_cuidar_adolescentes_atencao_basica_2ed.pdf. Acesso em: 23/12/2022, às 23h45.

a vida adulta, novas responsabilidades, deixar de ser criança, aceitação, insatisfações com a própria aparência, descoberta da sexualidade e desilusões fazem parte desta fase das representações e (re) definições pessoais, sociais e culturais dos jovens. O problema é que nem sempre os adultos estão dispostos a passar algum tempo com esses jovens escutando-os sobre o que têm a dizer sobre suas vidas, expectativas, dúvidas e anseios.

O que os adultos parecem ainda esquecer ou desconsiderar é que esses jovens são testemunhas oculares deste momento histórico de tantas transições marcado por certo desordenamento cultural, pela defasagem dos dispositivos/mecanismos adotados pela educação formal e informal “em relação ao modelo social de comunicação que foi introduzido pelos meios audiovisuais e pelas “novas” tecnologias” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 11). Uma geração cada vez mais marcada pelo digital, que busca se encontrar num mundo em diáspora, diversificado e multicultural (HALL, 2013), caracterizado pelas tecnologias digitais que, por vezes, ao invés de aproximar, acentua as diferenças entre os povos e evidencia um universo de desinformação e discursos de intolerância e ódio que se espalham e proliferam pelos quatro cantos do planeta.

Utilizando diversas justificativas na ânsia de explicar o processo de constituição do que é ser jovem, é comum situar esses sujeitos em estado de “moratória socialmente reconhecidos e aceitos” (SILVA, 2010, p. 35), principalmente transferindo à escola/educação e ao trabalho, a responsabilidade de torná-los, com o tempo, em “alguma coisa”, esquecendo-se de que os jovens “procuram formas originais de fazer o seu lugar no mundo” (SILVA, 2010, p. 12).

A quebra de paradigma e a perspectiva de novos vieses sobre o conceito de juventude, está justamente em abandonar os estatutos de passagem tradicionais e aceitar que o olhar sobre o mundo se torna diferenciado pois, embora compartilhem uma mesma fase da vida, pertencem a grupos diversos e, portanto, suas subjetividades são diferenciadas. Afinal, além de serem jovens, também são/podem ser negros, mulheres, indígenas, deficientes, homossexuais/heterossexuais, habitantes da zona rural/urbana, moradores de países de 3º e de 1º mundo, moradores de rua, e devem ser compreendidos como seres sociais que habitam um movimento contínuo de reassociação e que se ligam a universos diversos e diversificados, cada qual com o seu próprio olhar sobre o mundo.

Disso decorre a impossibilidade de se definir da mesma forma a juventude transformando-os em seres únicos e homogêneos. No entanto, mesmo com todos os elementos e argumentos justificáveis até aqui, Margulis & Uresti (1996), alertam que os conceitos de

juventude parecem estar enraizados seguindo um quadro classificatório de ambiguidades e imprecisões. Os autores lembram ainda que é necessário observar a multiplicidade juvenil, bem como as situações sociais que condicionam as diferentes formas de ser jovem. Pois,

La generación alude a la época en que cada individuo se socializa, y con ello a los cambios culturales acelerados que caracterizan nuestro tiempo. Cada generación puede ser considerada, hasta cierto punto, como perteneciente a una cultura diferente, en la medida en que incorpora en su socialización nuevos códigos y destrezas, lenguajes y formas de percibir, de apreciar, clasificar y distinguir. (MARGULIS & URESTI, 1996, p. 3)

Uma das pistas que podem elucidar a insistência em homogeneizar os jovens surge no período pós-guerra, marcado pela explosão de ideias da sociedade capitalista de bem-estar e prosperidade com a produção de bens simbólicos da indústria cultural⁸⁷ (ADORNO & HORKHEIMER, 1962) e com mudanças que perpassavam pelo crescimento do mercado e do consumo. (CLARKE ET. AL, 2014) Surgiram assim, os “gastos adolescentes distintivos para fins adolescentes distintivos em un mundo adolescente distintivo” (ABRAMS, 1959. p. 10).

A categorização da juventude à época, não apenas buscou “resolver” a questão da “rebeldia” tornando os adultos “guardiões da moral”, como também viu no público juvenil potenciais consumidores capazes de adquirir produtos que o diferenciasssem e caracterizassem frente aos demais. Surge assim, um nicho de mercado que também atingiu o público “mais velho” pois, “na idealização comercial e para maior proveito dos empresários da adolescência, praticamente todos os seus estilos adolescentes (seus produtos, seus apetrechos) são oferecidos e vendidos aos adultos, magnificando um mercado já interessante em si”(CALLIGARIS, 2022, p. 59).

Intensifica-se a figura do “capitalismo artista” (LIPOVESTSKY & SERROY, 2015), capaz de institucionalizar o consumo de massa, a indústria da sedução e o mundo de sonho baseado na aquisição de mercadorias. Um fenômeno que ganha força com a ascensão do mundo digitalizado e que encanta cada vez mais jovens e adultos que hoje vivem a “escravidão” da aparência corporal e a tentativa de “parar os sinais do tempo”, buscando um ideal de beleza

⁸⁷ Apropriando-se dos conceitos de Adorno e Horkheimer, Maigret (2010) relembra que a modernidade é caracterizada pela tecnologia e pela mercantilização das relações humanas. Instituições sociais se estilhaçaram devido à pressão do mundo do trabalho e o espírito de competição. Membros da sociedade industrializada acabam por ser expostos a sofrimentos psicológicos, inclusive sendo mais vulneráveis a um ponto de vista ideológico. A sedução se torna permanente. A cultura de massa, agora rebatizada de “indústria cultural” se torna um bombardeio de lazes que entorpecem a razão. O domínio da técnica dos meios de comunicação de massa, passam a captar e satisfazer os espíritos.

inacessível via o consumo de alimentos *light*, produtos estéticos, intervenções cirúrgicas e dietas mirabolantes.

Lipovetsky & Serroy (2015) também alertam que na sociedade do hiperconsumo este processo está enraizado por uma natureza fundamentalmente estética, na qual os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados e remodelados com a necessidade de uma construção de imagem jovem a qualquer custo⁸⁸. A discriminação etária (etarismo, idadeísmo ou ageísmo) que atinge com mais frequência pessoas idosas, resulta em exclusão profissional e dificuldade financeira, sem contar com a perpetuação de estigmas e estereótipos⁸⁹ que não condizem com a realidade e estimulam exclusões sociais.

Portanto, o capitalismo da sociedade contemporânea cria a “ditadura da beleza” e da “eterna juventude”⁹⁰ intensificando a tirania do “jovial” em todas as idades, como um bem simbólico. Como afirma Bourdieu (2007),

o sistema de produção de bens simbólicos (...) é paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos e, cujas condições de

⁸⁸A busca pela eterna juventude vem fazendo com que pessoas tomem decisões extremas. É o caso do empresário americano Bryan Johnson que gasta US\$ 2 milhões ao ano sendo cobaia em projeto cujo intuito é “voltar a ter “18 anos”. Ele é acompanhado por trinta médicos e passa por dezenas de tratamentos que incluem o uso de máquinas e exames diários. Além disso, consome mais de cem comprimidos (vitaminas e medicamentos) diariamente. **Empresário americano de 45 anos gasta US\$ 2 milhões ao ano para ‘voltar a ter 18’.** Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2023/03/19/empresario-americano-de-45-anos-gasta-us-2-milhoes-ao-ano-para-voltar-a-ter-18.ghtml>.

⁸⁹ Um caso de etarismo chocou a opinião pública no Brasil, em março de 2023. Patrícia Linhares, 45 anos, então aprovada no curso de Biomedicina da Unisagrado, em Bauru (São Paulo), foi hostilizada por três colegas de curso que, através de um vídeo postado nas redes sociais, afirmavam que a “estudante já deveria estar aposentada” e não frequentando um curso de graduação. Linhares recebeu apoio de outros colegas de sala e da sociedade que condenou a ação das jovens colegas de classe. Entretanto esse não é um caso isolado e, também pode atingir os mais jovens. Pesquisa realizada pela plataforma de vagas **Infojobs** aponta que jovens e experientes sofrem preconceitos no mercado de trabalho. Foram entrevistados 1222 profissionais sendo que dos entrevistados 57% pertencentes a Geração X (nascidos entre 1965 e 1979) passaram por algum episódio de preconceito devido à sua idade. E 66% dos profissionais desse grupo sentem que os mais novos duvidam de seu profissionalismo. Entre os entrevistados pertencentes aos profissionais da Geração Y (nascidos entre 1980 e 1994) e da Geração Z (nascidos entre 1995 e 2010) disseram que também já se sentiram discriminados por pessoas mais velhas - 73% sentem que os profissionais mais velhos duvidam do profissionalismo de quem é mais novo. Para 76%, a Geração X tem “resistência aos seus posicionamentos”. CAVALLINI, Marta. 57% dos profissionais da Geração X já sofreram preconceito no trabalho, mostra pesquisa. Disponível em: <https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2023/03/14/57percent-dos-profissionais-da-geracao-x-ja-sofreram-preconceito-no-trabalho-mostra-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 28/06/2023, às 11h48.

⁹⁰Ao tecerem críticas sobre o capitalismo do hiperconsumo e a transestética hipermoderna, Lipovetsky e Serroy (2010- 2015) relatam que no mundo da “cultura del tecnocapitalismo planetario, de las industrias culturales, del consumismo total, de los medios y de las redes informáticas” o *look* adolescente/jovem tornou-se até mesmo um referencial para os adultos. A vestimenta, antes exibida como sinal de riqueza, agora é utilizada para que os adultos possam parecer mais jovens ou eternamente jovens. Neste sentido, para os autores, o conformismo juvenil tomou o lugar do conformismo aristocrático burguês.

possibilidades residem na própria natureza dos bens simbólicos. Estes constituem realidades com dupla face – mercadorias e significações –, cujo valor propriamente cultural e cujo valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural. (IBIDEM, 2007, pp. 102, 103)

Inseparável do capitalismo de consumo, o capitalismo artista se vê hoje num regime hipermoderno e planetário que não para de se potencializar. É a “cultura do momento” descrita por Abrantes (2003) como intensa e imprevisível, sendo guiada pelas lógicas midiáticas e publicitárias. Suas características engendram o universo juvenil e fazem com que esses sujeitos valorizem muito mais o consumo do que outras esferas, como a escola, por exemplo.

No tempo da estetização dos mercados de consumo, o capitalismo artista multiplica os estilos, as tendências, os espetáculos, os locais da arte; lança continuamente novas modas em todos os setores e cria em grande escala o sonho, o imaginário, as emoções; artealiza o domínio da vida cotidiana no exato momento em que a arte contemporânea, por sua vez, está empenhada num vasto processo de “desdefinição”. (LIPOVESTSKY & SERROY, 2015, p. 27)

Portanto, a adoção das heterogeneidades e universalidades como referenciais (principalmente caracterizado por faixas etárias) para descrever as adolescências/juventudes tornam-se uma “arma” importante a ser utilizada, não tanto para orientação de políticas públicas voltadas a melhoria da condição de vida desses sujeitos (acesso a escolarização de qualidade, empregabilidade, educação sexual, a inserção em discussões de interesse comum), mas, sobretudo, pelo mercado de bens simbólicos no qual “ser jovem é ter prestígio; os que emanam juventude têm alta cotação” (MARGULIS & URRESTI, 1998, p. 5).

Martín-Barbero (2008) e Silva (2010) no entanto, alertam que, embora as juventudes contemporâneas tenham maior acesso aos consumos simbólicos (inclusive pela facilidade de acesso às redes que ao utilizar algoritmos conhecem as preferências e os gostos do público-alvo) e inúmeras solicitações dos respectivos imaginários, há (por esta mesma juventude) uma restrição aos consumos materiais. Destaca-se que boa parte das realidades juvenis são marcadas por menos oportunidades de emprego⁹¹, pela ausência de recursos, pelo abandono escolar e pela desvalorização dos diplomas escolares (SARMENTO, 2000; CANÁRIO, 2006; CARRANO,

⁹¹ Ver: SOARES, Laiz. **A porta ainda é estreita para a inserção dos jovens no mercado de trabalho.** Disponível em: <https://exame.com/bussola/a-porta-ainda-e-estreita-para-a-insercao-dos-jovens-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 10/01/2023, às 10h.

2013). Tais realidades são atravessadas por diversos aspectos que repercutem ser jovem no contemporâneo.

Os jovens de hoje vivem imersos em condições estimulantes e positivas, tais como aquelas geradas pelos avanços científico-tecnológicos; pelas liberdades civis conquistadas com as lutas democráticas, pelo maior campo de autonomia que possuem frente aos adultos mas também precisam conviver com fatores negativos que complicam a experiência de ser jovem podem ser apontados: as consequências da falência do Estado como promotor de direitos; a força avassaladora dos mercados na produção de necessidades e sentidos culturais; o declínio das instituições socializadoras e de apoio societário, como a família e a escola; o predomínio dos meios de comunicação e dos mercados com suas verdades e valores individualistas; as conexões perversas promovidas pelas redes do crime e das drogas; e o constante fantasma do desemprego e da falta de perspectiva profissional para uma imensa maioria. (CARRANO, 2013, p. 1.)

Sendo assim, ao ignorar ou reduzir o leque de interpretações importantes que perpassam por particularidades juvenis e por situações que marcam diferenças e exclusões sociais, subtrai-se a possibilidade de elucidar a forma dos jovens de “pensar a produção e a apropriação da cultura e dos modos de ser e de viver na contemporaneidade” (BORELLI et.al, 2009, p. 38). Ou até mesmo como estes sujeitos procuram compreender o sentido que dão “às suas vidas, aos seus percursos e às suas histórias, e como produzem as suas subjetividades” (SILVA, 2010, p. 13).

Pais (2000) argumenta que correntes sociológicas, como os pós-modernistas, apontam para uma sociedade contemporânea que ainda não foi capaz de regulamentar linhas claras que delimitem a cor do tecido social, atingindo, principalmente, jovens que não conseguem definir seus rumos vitais. Segundo o autor “atualmente as linhas que marcam as fronteiras entre a juventude e a idade adulta são muito mais vagas e os jovens consideram cada vez mais a vida como algo instável, flutuante, descontínuo e reversível (PAIS, 2000, p. 91).

Pais (2009, 2010) aponta ainda que há uma grande variabilidade que determina as fronteiras entre as várias fases, mas que, embora reconhecidas e regulamentadas culturalmente, não são suficientes para elucidar os “mais fluídos e descontínuos traços que delimitam as fronteiras entre as diferentes fases da vida” (2009, p. 373). Há uma clara intensidade que separa as diferentes gerações, sendo que “(...) a geração atual é definida por fatores cosmopolitas. E para o autor (2010, p. 199), isso é ilustrado com base em três “constelações geracionais”: 1. a geração migratória (marcada pelos processos de migração transnacional); 2. a geração aprendiz (marcada pelo trabalho precário); e 3. a geração colcha de retalhos (marcada por processos de

hibridização cultural). Tais fatores serão aprofundados no capítulo 5, que retrata o campo de estudo.

Mas em meio a tantas definições e aspectos diferentes e contraditórios, como delimitar com exatidão o período que corresponde à juventude? É possível estabelecer um parâmetro? Juventude ou juventudes? Segundo Fantin (2019, 2020), a exemplo do conceito de infância/infâncias, quando se trata de um pensamento geracional, pode-se falar de infância/**juventude**, mas quando se refere aos modos de ser e de viver, costuma-se adotar o termo infâncias/**juventudes** no plural, conforme as diferentes condições sociais, culturais, localização sócio geográfica (urbana, centro-periferia, rural, ribeirinha, indígenas, quilombola) e outros que revelam as multiplicidades dos sujeitos-tempos-espacos. O mesmo argumento é válido para as culturas juvenis.

Assim, é importante sinalizar que não há apenas uma juventude ou cultura juvenil (LEIRO & MORAES, 2016), mas uma multiplicidade e pluralidade delas levando-se em consideração condições históricas e sociais vividas. Portanto, mais uma vez, as definições biológicas e etárias são colocadas em questão por não serem fatores suficientes para definir o jovem em termos socioculturais (REGUILLO, 1998).

Fato é que esta fase da vida continua a ser incompreendida por aqueles que ainda não reconhecem a busca de uma identidade e reconhecimento de sua individualidade para além de seus próprios núcleos familiares. A frenética e incessante busca de identidade dos jovens é uma construção que tem como meta encontrar condições de convivência e mecanismos de identificar-se com seus heróis/ídolos, cercar-se de amigos, conviver em grupo, enfim, ser protagonista de sua própria história.

Há tempos as Ciências Humanas e suas especificidades disciplinares estudam de que maneira as juventudes constroem suas identidades no decorrer das diferentes gerações. Entre os relatos da primeira metade do século XX, está o do psicólogo e educador americano Stanley Hall (1906), responsável por introduzir a noção de que a adolescência é o período denominado como de “tempestade e estresse”, sendo uma fase na qual os seres humanos mudam constantemente de humor e adquirem comportamentos de risco.

A partir de Erik Erikson (1976) - e sua psicologia do desenvolvimento- a representação social de que a adolescência é marcada pela instabilidade e turbulência, é atribuída à perda da infância e entrada no mundo adulto. Neste sentido, esta imagem de adolescente foi construída

e entendida como um resultado de dimensões biológicas (puberdade) e uma “crise de identidade” de dimensões psicológicas.

Buckingham (2008) discorre que identidade é um termo ambíguo e escorregadio sendo muitas vezes utilizado de forma demasiadamente exagerada, contemplando contextos e propósitos diferentes. Entretanto, o autor ressalta a importância da compreensão da terminologia no sentido de identificar o envolvimento dos jovens com as mídias digitais. Afinal, há muito ainda a ser desvendado sobre como os jovens destes tempos vêm sendo narrados e de que modo suas relações com as tecnologias afetam suas vidas e como incorporam determinadas identidades ou não.

Por um lado, a identidade é algo único para cada um de nós, que assumimos ser mais ou menos consistentes (e, portanto, o mesmo) ao longo do tempo. Por exemplo, enquanto escrevo, há um intenso debate no Reino Unido sobre a introdução proposta pelo governo de carteiras de identidade e seu potencial para resolver o problema do 'roubo de identidade'. Nessas formulações, nossa identidade é algo que possuímos exclusivamente: é o que nos distingue das outras pessoas. No entanto, por outro lado, a identidade também implica uma relação com um coletivo mais amplo ou grupo social de algum tipo. Quando falamos de identidade nacional, identidade cultural ou identidade de gênero, por exemplo, damos a entender que nossa identidade é em parte uma questão do que compartilhamos com outras pessoas. Aqui, a identidade é sobre a identificação com outros que assumimos serem semelhantes a nós (se não exatamente iguais), pelo menos em alguns aspectos significativos. (BUCKINGHAM 2008, p. 1)

Abranches (2003) por sua vez explica que as identidades são produzidas pelas interações. Na perspectiva construtivista, jovens utilizam-se de práticas cotidianas para incorporar linguagens e disposições que permitem adquirir uma identidade, integrando-se, assim, a uma comunidade ou grupo social. No entanto, a busca por uma identidade é um processo que nunca está pronto ou acabado pois, como afirma Stuart Hall (2000), nunca está completamente determinado, sendo sustentado (em determinado período) ou abandonado (em outro), sendo que o indivíduo pode ocupar diversas posições.

Destaca-se que o processo de constituição das identidades juvenis na era digital acontece num tempo no qual as relações se dão, na maioria das vezes, mediadas pelo uso das tecnologias e em tempo real, diferentemente da geração anterior, cuja televisão era o aparato tecnológico mais utilizado com uma unidade básica de audiência e reconhecimento (MARTÍN-BARBERO, 2009). Nas redes, a “Geração @” (FREIXA, 2014), está sempre ligada/conectada a diversos recursos tendo à disposição uma infinidade de artefatos, sendo que no processo de comunicação

também podem adotar identidades fictícias, que variam conforme os interesses e estado de humor.

4.2 CULTURAS JUVENIS

Vimos até agora que se as diferentes abordagens sobre o conceito de adolescência/juventude já eram complexas, com relações e práticas presenciais, no mundo *online*, outras interações emergem, sendo difícil separar o mundo *on e offline* num universo altamente midiaticizado em que a vida dos sujeitos está conectada em redes e no qual a atenção está diretamente ligada ao que significa estar em público. Vale ressaltar que, independentemente da geração, os princípios organizadores (BOYD, 2015) e os objetivos de socialização - encontro, convivência, troca e busca pela própria identidade e por um espaço na sociedade - continuam os mesmos. Entretanto, os espaços utilizados para esses fins agora são diferentes, pois são constituídos pelo uso de novas tecnologias digitais, plataformas e *apps* móveis.

Aguilera Ruiz (2009) destaca que pensar as complexas constituições e análises das culturas juvenis numa sociedade digital perpassa pela ótica de compreender a dupla condição juvenil de produto-produtora de cenários comunicativos, sem deixar de destacar as experiências juvenis, suas formas de interpretar a si e aos outros e suas representações em diferentes instâncias sociais. Sendo assim os “cuerpos mídia” (ibidem, 2009) vem transformando o espaço-tempo urbano permitindo que os jovens se tornem “sujeitos de si e sujeitos do mundo” (BORELLI & ROCHA, 2008, pp. 28-29) via meios tecnológicos e ações transterritoriais que ultrapassam fronteiras urbanas.

Neste universo de novas perspectivas e olhares sobre os jovens o desafio certamente está em identificar elementos que expliquem como se comportam esses sujeitos, sobretudo, num período marcado pelo estímulo ao consumo excessivo (como visto anteriormente) e pela imensa quantidade de meios, telas e dispositivos tecnológicos numa “sociedade líquida” (BAUMAN, 2013) e, que por sua vez, é caracterizado como a era da *infoxicación digitovisual* (AGUADED & GUTIÉRREZ & PEDREIRA, 2018) num universo de excesso e, sobrecarga de informações que impede os indivíduos de se aprofundarem sobre o conteúdo que estão acessando de forma ilimitada e sem filtro. Um momento

(...) en el cual la información llega a intoxicar a la audiencia (...) que surge fruto de la marcada sobrecarga de contenidos audiovisuales a los que la sociedad en general está expuesta. Se trata de contenidos a los que se acede, principalmente de forma digital e instantánea. (IBIDEM, 2018, p. 158.)

Ao adquirir um status de legitimidade social a problematização que envolve as juventudes passa da descrição de período de instabilidade que marca a fase da infância para a vida adulta, para ser legitimada como um período de construção simbólica e de conquista de um espaço social próprio. Neste processo, as mídias (*on e offline*), por seu poder de penetração, são fundamentais no que tange à formação das representações sociais e da construção da identidade (ALESSIO & APOSTOLIDIS & SANTOS, 2008; SANTOS & ALESSIO & SILVA, 2009).

É fundamental destacar que a juventude não é um período a-histórico e a-cultural e que as representações sociais se formam em diferentes contextos históricos. Refletir sobre o papel das *medias* (*on e offline*) no cotidiano de jovens, é fundamental para entender as culturas juvenis e as práticas midiáticas, seus usos e consumos e as formas de apropriação e compartilhamento dos conteúdos midiáticos para encontrar pistas que revelem como o mundo mediático tem atuado em relação à “sua ação nas identidades e nas culturas infantis e juvenis” (PEREIRA & PONTES & ELIAS, 2020, p. 9).

É de suma importância destacar que a complexidade das teias que envolvem a comunicação e a desinformação perpassam pelo entendimento sobre o protagonismo das mídias/tecnologias e, concomitantemente, pelo papel dos sujeitos inseridos num universo mediático pautado e mediado por novas formas de interações que modificam o modo de ser, estar e se relacionar em sociedade. Num universo no qual as tecnologias atuam como atores sociais (LATOUR, 2012) e cuja cultura digital e participativa reafirma a importância da convergência e da interconectividade com relação aos diversos valores culturais, o espaço público vai configurando-se como uma verdadeira arena de comunicação e produção de sentidos (FANTIN, 2018).

Entre os públicos em redes, os jovens estão geralmente mais à vontade por dominarem com maestria (pelo menos no tange os conhecimentos técnicos) os inúmeros dispositivos/plataformas que emergem de forma contínua. Entretanto, esse mesmo público, assim como adultos e idosos ainda é sedento por saberes e outras competências que visam proteger, orientar ou mesmo decifrar certos meandros e riscos que envolvem as mídias digitais. Embora a internet tenha apresentado aspectos positivos e avanços para a humanidade (nos

setores econômicos, educacionais, sociais, sanitários) trouxe também “um grau de concentração de capital e de poder jamais visto na indústria dos meios. (...) A massa segue sujeita às piores manipulações, que (...) lembram os tempos do fascismo e do nazismo” (BUCCI, 2021 p. 62).

Num momento em que suportes de confiança como estado, família, escola e trabalho estão mais frágeis (SILVA, 2010), as mídias digitais atraem cada vez mais os adolescentes/jovens por criarem pertencas sociais moldadas de acordo com as tendências globais (ibidem, 2010), num momento no qual não é possível concebê-las (mídias) como algo separado de instituições culturais e sociais (HJARVARD, 2014). Afinal, as mídias atuam como mediadoras de sentido e sempre se dirigem a alguém, veiculando ideias, configurando espaços negociados e produzindo narrativas, ao mesmo tempo em que fomentam a socialização e a interação, desempenhando um papel de interlocutor social e, por vezes, educativo (COCCO, 2017).

No digital tudo acontece instantaneamente numa paisagem modificada, ou seja, muito diferente do que ocorria com outras gerações que não dispunham do universo *online* como espaço de socialização e interação na vida cotidiana. Ao contrário das gerações passadas que, além de precisarem de permissão para publicar (com o consentimento e aprovação dos editores nos meios de comunicação de massa tradicionais), e que ainda só tinham a possibilidade de se reunir “cara-a-cara” com os seus em parques, praças, cinemas, bares, festas de garagem, postos de gasolina e matinês, jovens da era digital encontram seus pares nas redes ou em sites de encontro e a utilizam como um meio para fim social, embora essa prática nem sempre seja compreendida pelo universo adulto, causando tensões e olhares diferenciados entre os sujeitos.

Vale ressaltar também que este processo não é tão linear assim, os adultos também interagem nestas redes e, por vezes, acompanham e seguem seus filhos em diferentes aplicativos. Entretanto, como afirma, Boyd (2015), embora os *media* sejam responsáveis por criar públicos em rede permitindo que os sujeitos se sintam como parte de uma comunidade mais ampla (o que frequentemente acontece com os jovens), nem sempre os adultos olham com confiança o uso da tecnologia por parte dos mais jovens. No esforço de “protegê-los” e garantir a segurança *online*, muitos estipulam verdadeiras “quarentenas digitais” o que não funciona na prática.

A retórica em redor da predação *online* é utilizada para provocar o medo e justificar o isolamento. Mas nem as restrições nem a vigilância dos adultos ou das instituições poderão ajudar aqueles que enfrentam problemas graves. Em vez de tentarmos distanciar-nos dos adolescentes neste novo meio, temos uma oportunidade única de aproveitar a visibilidade e enfrentar diretamente as

dinâmicas fortes e complexas que molda as vidas dos adolescentes. (BOYD, 2015, p. 153)

Embora a facilidade de conexão e a possibilidade de se mostrar para o mundo possa parecer algo fácil e habitual, jovens da era digital atravessam um “labirinto cultural infernal” (BOYD, 2015, p. 72), pois ainda estão na busca de entender quem realmente são e de que forma estão inseridos numa sociedade em ebulição. Sociedade em que: as tecnologias de mídia mudam rapidamente; o encurtamento de distâncias via redes deixou explícita as disparidades sociais, econômicas e culturais entre os povos (ao contrário do que se propagava no seu surgimento); as audiências se tornaram invisíveis; as pessoas funcionam como espelhos de suas crenças (SANTAELLA, 2019); as escolhas geram dados e metadados que municiam os algoritmos e contribuem para a formação de bolhas (PRADO, 2022); e os discursos de ódio se proliferam numa velocidade nunca vista.

Entretanto, há de se reconhecer que por ser utilizada como um espaço de interação e compartilhamento, as ferramentas de mídia não são alternativa para a vida real da juventude, mas parte dela e, que, além do mundo virtual “tornam-se cada vez mais os instrumentos coordenadores de eventos no mundo físico” (SHIRKY, 2011. p. 37). Assim, fornecem autonomia ao ator social (individual ou coletivo) mobilizando e garantindo a infraestrutura para movimentos sociais, como por exemplo a Primavera Árabe, marcada por mobilizadores “predominantemente jovens e cosmopolitas” (CASTELLS, 2017, p. 94) que utilizaram ferramentas (*blogs*, vídeos no *Facebook*, *Twitter* e fóruns de discussão em sites de notícias internacionais) para protestar contra o mau gerenciamento da economia e injustiças sociais em países do Oriente Médio e Norte da África.

As redes proporcionam ainda aos jovens, tal como seus pais, a oportunidade de se “transportarem” para outro lado, mesmo estando fechados em seus próprios quartos, casas ou salas de aula. Sendo assim, jovens se tornaram personagens intrigantes e instigantes a serem analisados no cenário das redes, fenômeno cultural que deu “nova forma ao ecossistema de informação e comunicação” (BOYD, 2015, p. 23), pois “o imprevisível é um objeto dominante na experiência juvenil e representa o sintoma de rupturas com um mundo constituído, reconhecível e justificável” (SILVA, 2010, p. 11).

Vale destacar que pertencentes a uma *sociedad hipercomunicada* (CALDEIRO-PEDREIRA Y AGUADED, 2015), os jovens buscam ocupar uma posição e para encontrar seu lugar na sociedade veem nas práticas midiáticas (complexas, fascinantes e, por vezes, cruéis)

um mecanismo de ver e serem vistos, de reunir-se, de criar e recriar relações e de revelar suas esperanças, sonhos e desafios. E, embora muitos adultos - inclusive os professores- ainda tenham dificuldade em auxiliar jovens a desenvolverem efetivamente suas capacidades para enfrentar as oportunidades, riscos e desafio do mundo em rede (já que os mesmos adultos não sabem ao menos como enfrentá-la), fato é que “a internet é um reflexo da nossa sociedade e esse espelho vai refletir o que vemos. Se não gostarmos do que vimos no espelho, o problema não é repararmos o espelho, temos de reparar a sociedade” (CERF, 2004, n.p⁹²).

Boyd (2015) reconhece que práticas antigas como se reunir em shoppings ou mesmo em jogos de futebol ainda são realizadas pela juventude da sociedade da informação. São espaços fixos que permitem reuniões de forma presencial com os pares. No entanto, a possibilidade de conexão e o acesso as mídias sociais criaram um ambiente no qual os jovens procuram compreender o mundo através da partilha de experiências com iguais e diferentes, conectados em várias partes do globo e com vivencias semelhantes ou até mesmo diferentes às suas.

Procurando encontrar seu lugar na sociedade e tendo como característica desta fase da vida o desejo de contatos sociais e autonomia, os jovens se tornam um vasto público em rede. Entende-se aqui que este público é constituído mediante tecnologias em rede e que a comunidade imaginada surge da interseção de pessoas, tecnologias e práticas (BOYD, 2015, p. 25). Vale ressaltar que tanto os jovens como os adultos veem de forma diferenciada essa possibilidade de conexão. Para os jovens o fundamental é focar a atenção no que significa estar em público e para o adulto o significado consiste em estar em rede.

Nesse sentido, os grupos de amigos são o ponto de apoio para conselhos e combate a solidão que também fazem parte de tais práticas, já que os jovens querem compartilhar seus sentimentos e afetos, além de emocionar-se, divertir-se e enamorar-se. Como afirma Boyd (2015, p. 35) “(...) os adolescentes não são levados pelos dispositivos enquanto tais – são levados pela amizade. Os dispositivos são interessantes para eles, fundamentalmente, como um modelo para um fim social”.

Ao contrário das práticas culturais tradicionais, os jovens agora desenvolvem uma expectativa de liberdade, flexibilidade e uma necessidade latente de instantaneidade. Procuram formas originais de construir seu próprio mundo e não estar desconectados dos demais.

⁹²WARD, Mark. **O que a rede fez a seguir**. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3292043.stm>. Acesso em: 01/12/2022, às 23h.

Nas redes sociais os jovens encontram um lugar para chamar de seu. *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* e outras plataformas não são apenas espaços públicos novos, mas podem ser considerados como o único local para se juntar facilmente em grandes grupos (BOYD, 2015). Poder jogar de forma *online* com os pares, criar e aprender novas expressões diferentes da língua materna⁹³, conquistar audiências diferentes, estar longe do olhar dos adultos, se manter anônimo e criar identidades diversas, criar perfis *online* omitindo a própria idade e navegar em sites com conteúdo destinado ao público adulto, criar memes, compartilhar informações pertinentes ao seu universo, acompanhar o cotidiano de seus ídolos mais próximos e debater assuntos muitas vezes incompreensíveis pelos adultos são algumas das práticas midiáticas adotadas por este público adolescente/jovem.

Estar em rede, ao contrário do que pensam muitos adultos, ainda pode ser complicado para os jovens. Boyd (2015, p. 246) explica que as realidades que esse público enfrenta não se inserem “em molduras utópicas ou distópicas nítidas, nem a eliminação da tecnologia irá resolver os problemas que se lhes depararam”. Os adultos, por sua vez, não devem temer a tecnologia, mas encaminhar os jovens para uma compreensão deste mundo em rede, ou seja,

⁹³ A reconfiguração atinge o universo da língua/linguagem com mudanças nas construções discursivo-verbais e no trânsito das palavras (recurso descritivo das experiências humanas) a partir do advento e do uso cotidiano das tecnologias. Citelli destaca que “a linguagem verbal é prática social, mediação, sistema simbólico, possibilidade de ação, ancorada em procedimentos, interlocutivos e dialógicos que facultam a construção dos sentidos e seus efeitos” (2003, p. 32). Sendo assim, as interconexões - língua/cultura/media/ferramentas- não podem ser analisadas apenas pelo viés dos suportes técnicos e seus efeitos, mas, sobretudo, devem ser agregadas às observações quanto às dimensões estratégicas da cultura e dos elementos coparticipes de novas sociabilidades, sensibilidades, forma de produção de sentidos, circulação e consumo de produtos simbólicos. São inúmeros termos/terminologias, gírias e siglas surgidos a partir do uso das tecnologias que vem provocando profundas transformações no complexo processo comunicativo da era digital, sendo necessário até mesmo a criação de protocolos de sociabilidade (netiqueta). São mudanças inclusive na estrutura da língua portuguesa que agora fazem parte, principalmente, do cotidiano dos adolescentes/jovens que são “mestres” em todos os seus significados e usabilidades na rede. *Stalkear/stalker* (perseguir), *spoiler* (estragar, adiantar o final de filmes, séries ou evento), *it malia* (fofo), *biscoiteiro* (faz de tudo para conseguir um like), *shippar* (relacionamento), *crush* (alguém por quem sente atração), *vem de zap* (pedir número do celular de alguém), *cancelar* (deixar de seguir), *pisa menos* (referência a pessoas que arrasam), *bug* (defeito), *deletar* (apagar), *emoji* (pequena imagem), *trollar* (zoar, irritar), *tuitar* (comunicar-se por meio do *Twitter*), *nude* (imagem/foto de pessoa despida), *troll* (pessoa que escreve algo negativo), *meme* (imagem ou pedaço de texto modificado com sentido cômico), *LOL* (rindo alto), *lacrar* (sair-se bem), *cringe* (vergonha alheia), *flop* (não faz sucesso) e *hater* (grupo ou pessoas que apontam erros ou que não gostam) são apenas alguns dos termos adotados no complexo sistema da linguagem que vão ganhando nova roupagem na era tecnológica, num sistema complexo de produção de sentidos e nas “relações entre signos verbais e não verbais tão importantes para o entendimento dos fluxos, cruzamentos, interpenetrações, interposições ajustes e afastamentos de códigos e sistemas de linguagem que elaboram as significações nos ambientes mediáticos”, (CITELLI, 2003, p. 136).

conjuntamente jovens e adultos podem encontrar soluções que criem um mundo em rede onde todos queiram viver em harmonia. Não há como impedir as inovações das mídias sociais que se tornam a cada dia mais ubíquas. Físico e digital estão enredados e novos desafios irão surgir. Portanto

É muito mais difícil examinar alterações sistêmicas amplas com uma lente crítica e inseri-las num conceito histórico do que centrarmo-nos no que é novo e disruptivo. (...) os adolescentes de hoje estão a mostrar algumas das formas complexas como a tecnologia se intersecta com a sociedade. Não têm todas as respostas, mas o seu caminho através deste mundo em rede proporciona uma visão valiosa de como a tecnologia está a ser integrada na vida quotidiana e a dar-lhe forma. (BOYD, 2015, p. 245)

Pais (2006) esclarece que os jovens encontram nas “culturas performáticas”, nascidas da dissidência, uma maneira de resistir às estruturas sociais vigentes quebrando regras e tentando de certa forma, não perder o contato com o mundo e com seus pares. Ele entende as culturas performáticas desde os jogos de computador que promovem a desrealização do real e outras vivências que fazem parte do cotidiano até as sensibilidades mais tradicionais e utilizadas por muitas gerações durante anos, tais como: música (*rap, funk, rock*); danças (*break, hip hop, funk*); grafitismo; práticas de esportes radicais; e até consumo de drogas.

Na adesão ao convívio em grupo diante da urgência em extrapolar a esfera familiar é comum os jovens se identificarem com tribos (*punks, darks, nerds*), cada qual com características diferenciadas, conforme a maneira como veem e vivem o mundo. Neste sentido toda uma indumentária é adotada para se identificar com o grupo vigente. Práticas comuns também são adotadas, desde comportamentos até mesmo a forma de linguagem - com uso de expressões específicas, linguagens obscenas e gírias características do grupo - que “inscreve-se num movimento polifônico que impugna ou ignora a lógica dos discursos codificados pelas gramáticas instituídas” (PAIS, 2005, p. 56).

Pode-se dizer que os diversos tipos de agrupamentos juvenis ocorrem pelos motivos mais variados: sobrevivência numa localidade violenta; identificação com estilo de vida; exclusão social; e outras motivos emocionais.

Os sujeitos com os quais vivemos, especialmente entre as novas gerações, percebem e assumem a relação social como uma experiência que passa fortemente pela sensibilidade - que é, em muitos sentidos, sua corporeidade - e por meio da qual alguns jovens, que falam muito pouco com os adultos, acabam lhes dizendo muitas coisas. Os jovens nos falam hoje através de outros idiomas: dos rituais de vestir-se, tatuar-se, adornar-se (...). (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 21)

Por sua vez, Clarke et al (2006), entendem que o termo cultura juvenil remete aos diversos aspectos culturais da juventude. Para eles, a cultura possibilita uma forma de expressar a experiência de vida social e material, pois inclui valores, ideias corporizadas e as relações sociais. As culturas também envolvem relações de dominação que sempre estão lutando entre si. Já as subculturas são estruturas menores e diferenciadas no interior de redes culturais mais amplas e se caracterizam por suas especificidades nas atividades distintas de determinados grupos, conforme nos aponta Clarke et al (2006).

Em relação à cultura juvenil, Sallas & Bega (2006) destacam a importância de observar a multiplicidade e as formas de sociabilidade existentes no cotidiano juvenil. O esforço das juventudes em diferenciarem-se na busca de expressão e individualidade, além do espírito aventureiro e a busca pela cooperação e integração, não podem ser vistos como antagônicos ou paradoxais (SIMMEL, 2005). A palavra aventura, neste sentido, é caracterizada pela tensão do sentimento e da vida, do interior e do exterior.

Neste sentido, Leiro & Moraes (2016) alertam para a importância de que os relatos sobre as cultura juvenis sejam feitos partindo de diversos aspectos e suas análises devem considerar as multiplicidades diferenciadas a partir das condições históricas e sociais vivenciadas pelos jovens. Os autores destacam ainda as principais características da condição juvenil: a autonomia individual; a avidez; e os aspectos emocionais e afetivos que envolvem essa fase da vida. Eles enfatizam que a condição juvenil deve ser analisada conforme a realidade dos jovens e suas condições socioculturais, e que as políticas sociais e reformas legislativas devem ser pensadas observando tais características e as vivências destes grupos.

Destaca-se que o universo das artes e suas manifestações artísticas estão diretamente ligadas às culturas juvenis e presentes no cotidiano de adolescentes/ jovens, como nos aponta Martín-Barbero (2008), mostrando que a visibilidade social emerge de canções e sons provenientes de estilos musicais como o *rock* e o *rap*. Por sua vez, Fantin (2019) também discute os dispositivos da arte e tecnologia na escola a partir da relação entre jovens, cultura e educação.

No âmbito da “cultura visual” tais manifestações artísticas e midiáticas têm correlação com o amplo acesso às tecnologias digitais (FISCHER, 2014) e contribuem para a formação dos jovens. A arte cinematográfica, por exemplo, modela, produz e reproduz identidades e relações sociais (SHOHAT & STAM, 2006) e diferentemente da cultura do texto que propiciou

uma “[...] comunicação exclusiva entre os adultos, instaurando uma marcada segregação entre adultos e crianças [...]” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 55), introduzem a perspectiva do olhar do espectador e dos discursos construídos entre diferentes gerações.

Autores como Fantin (2006) e Rivoltella (2008) ainda discorrem sobre o cinema como linguagem, prática social e arte em que o dispositivo cinematográfico e audiovisual promovem outras experiências, para além do cotidiano. Ao narrar histórias através do uso da imagem, sons e movimentos o cinema, os filmes e o audiovisual em geral atuam diretamente no âmbito emocional e na consciência dos sujeitos nas dimensões social, político e cultural.

A partir da última década do século XX, as formas de sociabilidade, as sensibilidades, a busca pela coletividade e pela integração, a experiência de vida social, os compartilhamentos, as trocas, as produções e até mesmo as identidades características da cultura juvenil começam a ser reavaliadas e redimensionadas no contexto da cultura digital. A popularização dos computadores, celulares, smartphones e o acesso à rede mundial da internet transformaram a sociedade como um todo e particularmente os jovens.

A revolução tecnológica expandiu a circulação e as trocas culturais e as identidades locais passam a ser globais e heterogêneas na perspectiva do hibridismo (CANCLINI, 2015) que sintetiza as culturas múltiplas (HALL, 2018). O modo de viver, compreender o mundo, trocar experiências e informações, os sentidos e as ressignificações geram mudanças significativas e deslocamentos culturais.

(...) a intervenção tecnológica torna mais patente, é a reorganização dos vínculos entre grupos e sistemas simbólicos; os descolecionamentos e as hibridações já não permitem vincular rigidamente as classes sociais com os estratos culturais. (...) Não quero dizer que essa circulação mais fluida e complexa tenha dissolvido as diferenças entre as classes. Apenas afirmo que a reorganização dos cenários culturais e os cruzamentos constantes das identidades exigem investigar de outro modo as ordens que sistematizam as relações materiais e simbólicas entre os grupos. (CANCLINI, 2015, p. 30)

Nessa perspectiva, as culturas juvenis se reconfiguram a partir da cultura digital. Como vimos no capítulo 2, as transformações provocadas pela cultura digital aproximam-se do que Floridi (2014) chama de “quarta revolução” diante do protagonismo das mídias e de um cotidiano cada vez mais *on life*. Fantin & Rivoltella (2012, 2021) destacam que as mídias se tornaram mais do que instrumentos e se transformaram também em uma forma de cultura, justamente por mediar relações e serem responsáveis por novas percepções num mundo

globalizado que não apenas encurta distâncias, mas que produz e compartilha saberes, construindo relações, interações e novas identidades.

A cultura digital é marcada pela convergência das mídias (JENKINS, 2006) e sua lógica é disruptiva, pois rompe padrões e modelos até então preestabelecidos.

No começo, era a imagem, em seguida, veio o som, depois, o computador com textos, imagens e sons acessíveis, através de um clique, a cada indivíduo que se tornou, ao mesmo tempo, produtor e consumidor, em seguida, eles se tornaram intercambiáveis, num lugar fixo tornado nômade... em resumo, a convergência tecnológica prometida chegou. Mas ela é só tecnológica? (JACQUINOT-DELAUNAY 2009, p. 167)

Segundo a autora, a convergência não ocorre apenas por meio dos aparelhos, mas envolve outras dimensões, inclusive no corpo e mente dos consumidores e nas interações sociais que constroem. Também ocorre quando há o controle das mídias por parte dos sujeitos inseridos num universo de novas tecnologias midiáticas nas quais os conteúdos fluem por canais diferentes e assumem formas distintas de recepção.

Portanto, é necessário estar atentos às múltiplas faces da realidade, à multiplicidade das experiências e à diversidade das práticas midiáticas e culturais. Para que tais práticas possam ir além da homologação da cultura é necessário mediações educativas que possam estimular a criticidade e a criatividade, conforme sugere a mídia-educação.

A cultura digital, a mídia-educação, as multiliteracies e os novos letramentos são conceitos fundamentais para alicerçar nosso olhar sobre as crianças e os jovens e suas relações com as mídias e as tecnologias, bem como para entender as culturas infanto-juvenis e suas práticas culturais mediadas ou não pelas tecnologias. (FANTIN, 2016, p. 598)

A evolução rápida das tecnologias transforma a vida na sociedade e tudo o que era novidade rapidamente se torna obsoleto. São novos equipamentos cada dia mais avançados, novas plataformas de acesso, aplicativos diversos, novas funcionalidades, dispositivos inteligentes que proporcionam uma imersão à informação e serviços diversos. Assim, a cultura digital não só mudou a forma de ver, pensar, se comunicar, trocar experiências e produzir conteúdo, mas promoveu transformações no mundo do entretenimento, do trabalho, da política, da comunicação, da educação e, principalmente, do consumo.

A percepção de certas práticas sociais, culturais e midiáticas nem sempre evidencia as desigualdades socioeconômicas e suas exclusões sociais, culturais e digitais, e o estímulo de

tendências neoliberais e consumo exacerbado, como visto anteriormente. Desigualdades que aumentaram ainda mais no contexto da pandemia, evidenciando a disparidade entre estudantes de baixa renda que tiveram dificuldades de acesso à equipamentos, à conexão de qualidade e ao apoio pedagógico⁹⁴.

No Brasil essa situação ficou em evidência durante a pandemia de Covid-19, quando as aulas tiveram que ser remotas. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgados em março de 2021⁹⁵, revelaram que em 2019, 4,3 milhões de estudantes não tinham acesso à internet no país. Não possuir internet em casa, alto custo do serviço, falta de conhecimento de como usar e indisponibilidade do produto foram apontados pelos alunos da rede pública como motivos da falta de acesso à rede. Já os estudantes da rede privada tiveram acesso às plataformas e a inclusão digital, fazendo com que a disparidade educativa entre os dois grupos socioeconômicos se evidenciassem e mostrassem uma lacuna preocupante em relação ao acesso à educação no país.

Outro aspecto observado na pandemia foi que as escolas que já trabalhavam com as mídias e tecnologias na perspectiva da mídia-educação tiveram mais facilidade no uso de certas ferramentas e em algumas atividades desenvolvidas no ensino remoto, apesar das desigualdades já mencionadas. Por outro lado, quem era contrário ao uso de certas tecnologias e aplicativos na escola, sentiu ainda mais dificuldade em se adaptar àquela realidade do contexto emergencial (FANTIN, 2022). Inclusive evidenciou ainda mais certas inversões nos papéis.

A respeito da presença da mídia-educação no processo formativo, Jacquinet-Delaunay (2009) pontua alguns elementos que fazem parte das práticas midiáticas dos jovens e que devem ser, inclusive, consideradas pela própria escola. São elas: transmissão intergeracional já que são os próprios jovens que transmitem os saberes midiáticos aos adultos; os saberes e habilidades tecnológicos são adquiridos entre os pares, através de uma transmissão horizontal; e as relações sociais são mais frequentes pela *web*. Ainda que se possa discutir sobre a ideia de nativos digitais (SELWYN, 2009; BUCKINGHAM, 2010; FANTIN, 2016; GREEN, 2018) e se de fato são os jovens que transmitem saberes midiáticos aos adultos, interessa discutir que tipo de saberes seriam estes e quais práticas midiáticas revelam tais saberes em uma perspectiva crítica.

⁹⁴ Ver: **Pandemia agravou desigualdades na área da educação, dizem especialistas**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/840316-pandemia-agravou-desigualdades-na-area-da-educacao-dizem-especialistas/>. Acesso em: 26/01/2023, às 17h49.

⁹⁵ Disponível em: <https://brasilpaisdigital.com.br/pesquisa-do-ibge-revela-que-41-milhoes-de-estudantes-da-rede-publica-nao-tem-acesso-a-internet/>. Acesso em: 28/08/2021, às 12h55.

Na revisão de literatura feita durante a pesquisa, diversos estudos apontam para uma preocupação crescente sobre aspectos e temáticas voltadas à relação entre jovens e mídia. Esse interesse vem aumentando exponencialmente à medida em que a desinformação está cada vez mais presente na sociedade. Por isso, há que se refletir sobre o papel da educação neste cenário que se desenha e como jovens podem estar melhor preparados para os desafios atuais e o que há de vir no cotidiano dos cidadãos.

Entre as temáticas que tem sido mais abordadas a este respeito: *Fake News*; redes sociais; memes; pensamento crítico midiático; literacias; midiaticização da escola; pós-verdade; competências midiáticas; consumo midiático; cultura da conexão; hábitos digitais; práticas docentes e mídia; compartilhamento de notícias; transmídia; alfabetização midiática; entre outros. O levantamento destas obras e seus respectivos autores se encontra como anexo 2.

4.3 CONECTIVIDADE E INCLUSÃO DIGITAL

Inúmeras discussões ainda giram em torno do uso das redes por parte dos jovens. Desvio de atenção dos estudos, riscos com divulgação de dados pessoais, exposição de fotos e vídeos na rede, golpes, pedofilia e *bullying* são algumas das preocupações de familiares, professores e educadores, pesquisadores, políticos entre outros. No entanto, a história da humanidade revela que cada nova tecnologia surgida sempre causou controvérsias. A televisão, é um exemplo clássico de desconfiança já que o meio foi visto como um instrumento de degradação da família e de maus hábitos na sociedade devido ao seu conteúdo disseminado às massas.

A ideia do determinismo tecnológico não fugiu à regra com suas discussões sobre as funções utópicas e distópicas de formas extremas. Assim como acontece com os meios de comunicação de massa, em muitas ocasiões, a tecnologia é descrita como detentora de poderes “mágicos” capazes de afetar todas as pessoas em todas as situações e ao mesmo tempo. Uma determinada tecnologia ainda pode ser avaliada como destruidora de tudo que conhecemos, prejudicando, inclusive, a vida em sociedade. Por outro lado, há os que enaltecem o uso tecnológico de forma exacerbada. Neste sentido é vista como a salvadora da sociedade, invenção que de forma esplendida, transformará e solucionará todos os problemas do mundo.

Ainda que grande parte dos jovens possua familiaridade com o equipamento e apresentem habilidades e domínios das ferramentas com maior facilidade em acessar aplicativos e plataformas que contém assuntos de seu interesse, estudos sugerem que esses

mesmos jovens demonstram poucas reflexões críticas sobre as informações que recebem e compartilham, sendo muito mais receptores que produtores de fato (BUCKINGHAM, 2008, 2010, 2020).

Sobre as competências midiáticas dos jovens, Borges e Fantin (2019) refletem sobre as dificuldades que eles demonstram em qualificar a confiabilidade de uma pesquisa, e que em geral buscam apenas por fontes de informação no *Google*, retirando dados da *Wikipedia*. Também têm pouco conhecimento sobre parâmetros de segurança e privacidade.

Buckingham (2008. p. 25) destaca que a tecnologia é frequentemente considerada como transformadora da economia e de outros setores da vida tanto pública quanto privada, entretanto, ainda há discussões sobre as ameaças da tecnologia no que tange às relações sociais. O autor relata que “por um lado, a tecnologia é vista para criar novas formas de vida comunitária e cívica (...) por outro, acredita-se que represente perigo para a privacidade, para criar novas formas de desigualdade e exploração comercial”. Assim como os meios de comunicação tradicionais (jornal, rádio, televisão), o computador também é visto como uma força autônoma e independente. Na educação, conforme aponta Buckingham (2008), essas características tomam forma e poderiam ser chamadas de “determinismo da informação”. Sendo assim a informação é vista como um bem neutro e o aprendizado estaria ligado apenas ao seu acesso, e a tecnologia, por sua vez, seria vista essencialmente como benéfica.

Para além das dicotomias e determinismos - onde de um lado é vista como ameaça devido a pornografia e pedofilia *online*, e suas consequências físicas e psicológicas - e por outro como libertadora da juventude criando formas autônomas de comunicação, fato é que a tecnologia tem lados “contraditórios” nos quais ora se apresenta como construtora de uma geração mais aberta, democrática e criativa (BUCKINGHAM, 2008), ora como um veículo de disseminação de preconceitos ódios e conflitos, como vimos anteriormente.

Desigualdades socioeconômicas também são observadas neste contexto que também revela aspectos da exclusão digital. Se o adolescente/jovem pertence a uma família com condições financeiras favoráveis terá acesso a uma gama de serviços, como internet ilimitada e equipamentos de última geração. Já para os que apresentam dificuldades financeiras, o limite de acesso e a falta da ferramenta são situações constantes e que podem dificultar e, muito a presença no meio tecnológico.

Questões referentes à conectividade e à inclusão digital vem sendo debatidos amplamente. O Grupo de Pesquisa Educação, Comunicação e Tecnologia (GEC),

FAED/UFBA, coordenado pelo Prof. Nelson Pretto e pela Profa. Maria Helena Bonilla, vem discutindo a temática há 25 anos. Em relação ao processo de conexão o grupo aponta elementos que sustentam políticas públicas que vão além de apenas ter acesso aos equipamentos e à rede mundial de computadores. As propostas incluem: a não usurpação de dados pessoais dos cidadãos; a inclusão a partir de soluções proprietárias; a possibilidade de que os docentes sejam autores e não atores dos processos formativos com a implantação de um “círculo virtuoso de produção de culturas e conhecimentos”; a produção de material de educação com licenciamento aberto e criativo; e a formação plena dos docentes para o uso das tecnologias.

Outra proposta refere-se ao acesso, a produção e implantação de *softwares* livres. Atualmente a educação *online* vem sendo subsidiada por grandes grupos econômicos internacionais que têm o interesse em lucrar vendendo seus produtos, principalmente, *softwares*, livros didáticos e outras ferramentas. *Google e Microsoft* encontraram no mercado educacional *online* um filão de mercado e hoje se apresentam como alternativa até mesmo entre discussões dos setores públicos voltados a ter um olhar crítico sobre a educação.

Entretanto, se torna necessário olhar para o currículo não apenas para garantir indicadores internacionais voltados para o mercado neoliberal, mas, sobretudo, compreender a concepção de educação como produtora de cultura e de conhecimento voltada para uma formação humana e para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Sendo assim essas reflexões nos levam a perceber que a “profecia” de que a internet traria igualdade de acesso e que se materializaria como um espaço democrático de troca de saberes, na prática, não se concretizou. A exclusão digital ainda é uma realidade para uma parcela significativa de pessoas no mundo todo, principalmente, em relação aos jovens moradores em periferias, cuja condição econômica se apresenta desfavorável.

Entretanto, ter acesso à tecnologia e todas as suas funcionalidades é de suma importância para o desenvolvimento cognitivo e emocional da juventude. São nesses espaços que cada vez mais este público cria relações e têm suas vozes ouvidas. Já que nesta faixa etária “em virtude da posição social, o que constituiu uma novidade para os jovens não é a tecnologia, mas sim a vida pública que permite. Os adolescentes estão ansiosos por ter acesso à vida pública, entendê-la; compreender as tecnologias que permitem os públicos é apenas algo que é de esperar” (BOYD, 2015, p. 30).

Para que jovens em geral possam navegar na vida pública é imprescindível que aprendam e saibam as maneiras adequadas de fazê-lo. Além da própria segurança, devem

reconhecer que o contato com o mundo social também implica responsabilidades pelos outros que também o compõe. Seria desejável que os jovens pudessem compreender que a internet amplia e torna visível o que é bom e ruim em uma sociedade e que, desta forma, eles também têm responsabilidade por tudo que postam e como postam com o objetivo de atingir suas audiências. Sendo assim, as tecnologias digitais e suas novas linguagens trouxeram outras necessidades/demandas que devem ser contempladas e problematizadas do ponto de vista da mediação educativa.

Martín-Barbero (2006) lembra que o ecossistema comunicativo converteu nossas sociedades com o surgimento de novas sensibilidades, linguagens e escritas e que estas mudanças estão visíveis claramente entre os mais jovens, através de suas empatias cognitivas e novos modos de perceber o espaço e o tempo. Trata-se de uma experiência cultural nova para um público sedento de conhecimento e, que agora, têm a possibilidade de criar seus próprios públicos.

Entretanto, não basta apenas o conhecimento técnico, mas, sobretudo, será necessário o desenvolvimento de uma literacia midiática voltada ao público adolescente/jovem (e, também adulto) para que possam compreender, criticar e se defender das armadilhas, muitas vezes, veiculadas por pessoas (em geral) e por profissionais sem procedimentos jornalísticos qualificados. E para que saibam identificar informações que circulam livremente pela rede estando fora de contexto e às vezes camufladas como sátiras, paródias, fabricação, manipulação e publicidade.

Valendo-se da premissa que se aprende em todos os lugares, ou seja, com o mundo, jovens necessitam de apoio e devem ser preparados para construir as experiências que contribuam para sua vida na perspectiva da cidadania numa realidade cada vez mais tecnológica e mutável. E a escola tem um papel fundamental neste processo. É o que veremos a seguir.

4.4 LITERACIA MIDIÁTICA DENTRO/ FORA DA ESCOLA

Agindo como “catalisador para a mudança social nas sociedades contemporâneas” (SCOLARI, 2018, p. 8) e transformando todos os aspectos da vida humana, as “inovações disruptivas” (GARCÍA-ARETIO, 2019) tornaram a sociedade, antes caracterizada por um tempo sólido e estável, numa nova era líquida e flexível (BAUMAN, 2013). Uma sociedade na

qual os jovens usam boa parte do seu tempo⁹⁶ tendo a oportunidade de se tornar criadores ao invés de apenas “consumidores do conhecimento”. (BUKINGHAN, 2012, p. 41), embora na maioria de seus consumos e suas práticas midiáticas nem sempre se configurem como criadores.

Mesmo que o “isolamento geográfico e cultural torne-se cada vez mais improvável” (CARRANO, 2005, p. 154), os jovens ainda se veem como peças da engrenagem de uma “máquina antiquada”, a escola, cujas aparelhagens se tornaram “incompatíveis com os corpos e as subjetividades (...)” (SIBILIA, 2012, p. 13). Sujeitos que, em pleno século XXI, carregam pesadas mochilas com livros didáticos e estão sujeitos a “permanecer fechados em uma sala de aula para apoiar um discurso irrelevante em nome do seu futuro” (CASTELLS, 2007, p. 25), enquanto o mundo lá fora é pulsante, vivo e se conecta instantaneamente.

A escola da sociedade digital se encontra numa transformação inevitável ao reconhecer a existência de outros processos culturais, num movimento de não se fechar em si mesma, pois além de educar “para transformar o que sabemos, não para transmitir o já sabido” (LARROSA, 2017, p. 5), também é necessário transmitir o patrimônio cultural da humanidade situando-o historicamente. Ainda há dificuldade de entendimento e formas a serem adotadas para que jovens, de forma consciente, autônoma e, sobretudo orientada, saibam gerar conteúdos com responsabilidade, criticidade e consciência e não apenas sejam consumidores de conteúdos (BUKINGHAN, 2012, p.46), de modo a terem discernimento sobre o que é e está sendo transmitido e/ou publicado.

Ressalta-se que a educação para os *media* na perspectiva da mídia-educação se constrói entre tensões que perpassam por práticas, conhecimentos empíricos e teorias mídia-educacionais (TUFFE & CRISTENSEN, 2009). Como cultura, a mídia no campo educacional pode ter o sentido de *multiliteracias* (COPE & KALANTSIZ, 2010), *media literacy* (PEREIRA & PINTO & MOURA, 2015), *media education* (HOBBS & JENSEN, 2009), *new media education* (RIVOLTELLA, 2006, 2012 & FANTIN, 2010, 2014) e presentes nas aprendizagens formais e em espaços de cultura mediados pelas tecnologias (RIVOLTELLA, 2013; FANTIN, 2015).

Mas como ocorre o entendimento de **alfabetização midiática** ou **literacias midiáticas** por parte dos docentes/escolas/governos? Que caminhos ou rumos tomar para que efetivamente

⁹⁶ Segundo Buckingham (2011) o tempo gasto com acesso às tecnologias perde apenas para o período do sono. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/879/david-buckingham-fala-sobre-educacao-para-as-midias>. Acesso em: 15/03/2023, às 11h17.

a educação para/sobre/com os meios se concretize na prática? E como essa alfabetização ou letramento midiático pode contribuir não só para melhoria do processo-ensino aprendizagem, como também para o desenvolvimento da criticidade entre jovens que convivem com o fenômeno da desinformação que assola a sociedade?

Estudos realizados por Lankshare & Knobel (2003; 2006; 2015), Scolari (2018, 2019), Scolari & Masanet & Guerrero-Pico (2018), Buckingham (2011; 2012; 2021), Férres & Piscitelli (2015), Pereira & Filol & Moura (2018; 2019), Fantin (2011; 2012; 2016; 2018), Fantin & Rivoltella (2010; 2012), Girardello & Fantin (2014), Carrano (2000; 2003; 2005), Pretto (2012, 2014) e García Aretio (2019) podem nortear diversas reflexões sobre as literacias apontando caminhos na busca de compreender a educação midiática, bem como o uso crítico e criativo das ferramentas tecnológicas na cultura digital diante das novas formas de educar do século XXI.

Segundo Boyd (2015, p.211), “ao se envolverem com os *media*, jovens podem/devem se tornar alfabetizados para os *media*, sendo fundamental o papel da mediação neste processo, na perspectiva de “educar não só para o consumo responsável, mas para a produção responsável” (FANTIN & RIVOLTELLA, 2010). Entretanto, com o discurso ou mesmo preocupação em “proteger” os jovens, adultos costumam limitar o acesso às redes. Entretanto, como aponta Boyd (2015), esta medida não irá ajudar ou mesmo proporcionar competências suficientes para que esses sujeitos possam avaliar, criticar e selecionar a informação de forma consciente. É preciso ajudá-los a encontrar o caminho.

Cabe à escola oportunizar esses momentos e ensinar os estudantes a discernir a construção e a disseminação da informação já que as mídias “participam como elementos importantes da nossa prática sociocultural na construção de significados da nossa inteligibilidade do mundo” (FANTIN, 2011, p. 28). Aceitar a mudança é um caminho sem volta, pois sempre surgem outros instrumentos e “novos donos da formação, (...) da opinião pública e da influência sobre as pessoas, quase solicitando que eles reinjetem nessa instituição escolar uma vitalidade perdida” (FREIRE, 2011, p. 48).

Ao se tornarem um público em rede, os jovens perceberam a abrangência dos espaços de compartilhamento e a possibilidade e facilidade de conviver com públicos múltiplos, de várias partes do mundo e de tribos diferenciadas, tendo mais possibilidade de estar longe de olhares adultos, considerados repreensivos e julgadores como ocorre com certos familiares e professores. Um movimento semelhante ao de gerações anteriores que, ao não dispor das

tecnologias digitais, encontraram em tribos, bandos e turmas e, em locais simbólicos e territórios distintos (praças, parques, ruas), uma forma de serem vistos e ouvidos e uma espécie de fuga dos espaços ocupados pelos adultos.

O grande desafio para o campo educacional, segundo Carrano (2000, p. 157) está justamente em conseguir “vistos e passaportes” que possibilitem dialogar e compartilhar sentidos culturais elaborados nas múltiplas redes pertencentes à juventude, embora a homogeneidade ainda seja muito mais desejável à cultura escolar do que a noção de heterogeneidade, seja ela de faixa etária, de gênero, de classe, de cultura regional ou étnica” diz o autor (p. 160). Desta forma, as práticas convencionais e obsoletas da escola que ignoram muitas vezes “o fluxo da vida que transborda à sua volta” (PÉREZ-GÓMEZ, 2015, p. 29) devem ser repensadas em decorrência das possibilidades interativas e culturas participativas (JENKINS ET AL. 2006; GEE, 2004) presentes na vida em rede e institucionalizadas pelas mídias digitais.

As reflexões aqui elencadas recaem também sobre os próprios professores que ainda dependem de aspectos políticos, estruturais, econômicos e pedagógicos, tanto na dinâmica escolar quanto universitária, no sentido de colocar em prática a literacia midiática. A disponibilidade de ferramentas tecnológicas e meios de acesso à rede ainda são insuficientes, necessitando de suporte, manutenção e formação/capacitação via programas de governo, adoção de políticas públicas à nível micro e macro e mudanças nos currículos desde a educação básica até a pós-graduação.

Grande parte dos professores corre contra o tempo para acompanhar as tecnologias e suas possibilidades técnicas. Para Merrin (2014) os meios se tornaram um desafio ao direito de ensinar, pois os docentes já não compartilham de uma cultura em comum com os seus alunos. E afirma que

a menos que possamos nos manter atualizados sobre essas tecnologias que estão em constante mudança e sobre seus usos, e a não ser que elas se tornem parte importante de nossas vidas como são para nossos alunos, corremos o risco de perder não só a habilidade de ensiná-los, mas até mesmo o direito de ensiná-los. (MERRIN, 2014, n.p)

Portanto, a importância de uma formação inicial e continuada se torna cada vez mais evidente, embora nem sempre a temática seja contemplada em currículos dos cursos de Licenciatura e de Comunicação Social. Fantin (2012) aponta que à medida que alguns docentes não possuem capital cultural para selecionar os estímulos fragmentados e descontínuos

presentes na cultura digital, uma formação inicial e continuada se torna cada vez mais necessária. Criar condições para desenvolver uma competência midiática na formação e na perspectiva da educação para cidadania envolve “(...) um trabalho de mídia-educação, entendida como a possibilidade de educar *para/sobre* as mídias, *com* as mídias e *através* das mídias” (IBIDEM, 2012, p. 438).

A autora relata que, embora no Brasil e em países da América Latina, por suas lutas frente aos regimes ditatoriais, as experiências com mídia-educação tenham assumido um papel estratégico, as políticas públicas de formação de docentes, bem como a inserção curricular da mídia-educação ainda são incipientes diante dos desafios a serem enfrentados. Em contrapartida a mesma lacuna na formação, busca ser suprida pelos próprios professores através do esforço pessoal, cursos de extensão e especialização, além de formação permanente (FANTIN & RIVOLTELA, 2010a).

Os argumentos mencionados por Fantin (2010) foram comprovados durante a pandemia de Covid-19, quando o ensino remoto se fez necessário. A suspensão das aulas presenciais fez com que as escolas tivessem que transpor suas atividades via ferramentas digitais (SARAIWA & TRAVERSINI & LOCKMANN, 2020). Novas práticas docentes foram adotadas pelos professores para realizar modificações em seus planos de aula e, em meio a falta de treinamento necessário, dificuldade de acesso à internet, falta equipamentos (tanto por parte de professores quanto de alunos) e a exaustão do trabalho remoto, docentes conseguiram superar o período crítico. Pois,

(...) em situações de maior adversidade que, por norma, se geram soluções inovadoras e se concretizam as transformações mais significativas, estamos convictos que a escola conseguirá resistir e dar resposta às solicitações que hoje se avolumam, num cenário que, por mais adverso que se possa tornar, não deve fragilizar a nossa resiliência, nem desmobilizar a nossa vontade de fazer com que a educação aconteça e a escola se continue a afirmar como um espaço de referência política, econômica e social. (MORGADO & SOUSA & PACHECO, 2020, p. 8)

Pretto (2014) também demonstra em suas análises que há grande disponibilidade por parte dos docentes em aderir as mudanças promovidas pela cultura digital. No entanto, ele também reconhece a necessidade do fortalecimento da formação dos profissionais. Para o autor, as políticas públicas voltadas à educação precisam navegar em outras áreas do conhecimento e a escola deve deixar de ser *broadcasting* para se tornar um “(...) um ecossistema pedagógico de aprendizagem e de produção de culturas e conhecimentos” (PRETTO, 2014, p. 34). O autor

ênfatiza ainda que todas as tecnologias presentes em sala de aula devem ser utilizadas como ferramenta pedagógica. O lápis, a caneta, o livro impresso, o *e-reader*, o computador, o *tablet*, a câmera digital, a internet, as redes sociais, tudo deve estar conectado fazendo com que a escola se preocupe menos com o consumir a informação e mais com a produção de cultura e conhecimento.

A preocupação com uma formação para as mídias também é evidenciada por Buckingham (2021) que, em entrevista concedida a jornalista e educadora Januária Alves para a Revista Educação⁹⁷, afirma que os professores são constantemente “bombardeados” por demandas as mais diversas. A sensação é que os educadores devem ter respostas para todas as questões que afligem a sociedade. Entretanto, em relação à mídia-educação, esses profissionais devem ter acesso a uma formação aprofundada, a um desenvolvimento profissional específico, recursos materiais adequados para ensinar, e espaços para compartilhar suas ideias:

Para mim, a educação midiática não é como fazer, não é sobre aprender a ser um profissional de mídia, na verdade é muito mais sobre um olhar crítico sobre a mídia. Eu acho que há muito o que os professores têm que aprender, algumas coisas eles já sabem, e algumas coisas os próprios alunos sabem. E se há uma troca de conhecimento entre eles, isso já significa muito! (BUCKINGHAM, 2021, Revista Educação)

Vale registrar que experiências ao redor do mundo têm se mostrado positivas quando há uma aproximação entre escola, docentes, estudantes e o mundo digital. Entretanto, as discussões sobre a temática existem há muitos anos, como exemplo a Declaração de Grunwald de 1982⁹⁸, e todo o trabalho do New London Group (COPE & KALANTZIS, 2000) no âmbito das Multiliteracies. Por sua vez, a Unesco, vem trabalhando para fomentar programas que desenvolvam uma educação midiática com ênfase nas habilidades críticas aos cidadãos. No entanto, a alfabetização informacional e a literacia midiática só ganharam maior notoriedade a partir da percepção de que os usuários da rede se tornaram protagonistas da construção das mensagens, sendo “produtores culturais sem saírem de casa” (SANTAELLA, 2005, p.59).

⁹⁷ Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2021/01/22/david-buckingham-midias/>. Acesso em: 11/02/2023, às 11h43.

⁹⁸ Disponível em: <https://milobs.pt/wp-content/uploads/2018/06/Declaracao-de-Grunwald.pdf>. Acesso em: 10/02/2023, às 18h18.

A importância da temática fez com que em 2006, a União Europeia (UE) estabelecesse o Media Literacy Expert Group⁹⁹, tentando ampliar as discussões sobre literacia midiática entre seus Estados-membros. O grupo define-se com a missão de divulgar e documentar boas práticas, facilitando ainda o trabalho em rede de *stakeholders* e apresentando as políticas e iniciativas da UE.

Já a Rede Alfamed, Red Universitária EuroAmericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía¹⁰⁰, coordenada pelo Prof. Ignacio Aguaded, é composta por instituições e universidades da Europa, da América do Sul e América Central, que envolve cerca de 240 investigadores de 19 países. Em território brasileiro participam as seguintes instituições de ensino superior: Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG); Universidade de Brasília (UnB); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade Federal Fluminense (UFF); e Universidade Federal Triângulo Mineiro (UFTM), Universidade de Sorocaba (UNISO), entre outras.

O objetivo da rede é propiciar espaços de fortalecimento de atividades acadêmicas, fomentando debates sobre a formação e pesquisa sobre competências midiáticas, como por exemplo a investigação interinstitucional sobre um mapeamento das competências midiáticas de crianças, jovens, graduandos de licenciatura e comunicação no Brasil (BORGES& SILVA, 2019).

Já o projeto Transmedia Literacy¹⁰¹ coordenado pelo Prof. Carlos Scolari, envolve pesquisadores de diversos países com experiência em alfabetização midiática, narrativa transmídia, conteúdo gerado pelo usuário e cultura participativa, etnografia tradicional e virtual e pedagogia e inovação em educação. As pesquisas desenvolvidas pelo projeto se concentram em habilidades específicas (ou seja, produção e compartilhamento de conteúdo transmídia, resolução de problemas em videogames, etc.). Participam oito países de três continentes (Austrália, Colômbia, Finlândia, Itália, Portugal, Espanha, Reino Unido e Uruguai).

De forma independente, diversos países também tomaram à frente das discussões e colocaram em prática a literacia midiática em suas instituições de ensino. Dinamarca, Holanda,

⁹⁹Disponível em: <https://ec.europa.eu/transparency/expert-groups-register/screen/expert-groups/consult?lang=en&do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>. Acesso em: 10/02/2023, às 18h25.

¹⁰⁰ Disponível em: <https://www.redalfamed.org> e <https://www.redalfamed.org/brasil>. Acesso em: 10/02/2023, às 18h26.

¹⁰¹ Disponível em: <https://transmedialiteracy.org/>. Acesso em: 11/02/2023, às 13h22.

Suécia, Estônia e Finlândia, estão no topo do Índice de Alfabetização em Mídia, segundo relatório publicado, em 2019, pelo Media Literacy Index¹⁰², realizado pela European Policies Initiative (EuPI) do Open Society Institute, em Sofia, Bulgária.

Aliás, a Finlândia é um exemplo de sucesso no âmbito da educação em geral e na educação midiática em particular, e se encontra no topo do *ranking*. Desde 2016, a educação midiática passou a ser utilizada no conteúdo de todas as disciplinas do Ensino Básico¹⁰³. A ideia é desenvolver o pensamento crítico dos estudantes, transformando as crianças e jovens em verdadeiros “detetives digitais”. Nas aulas de Matemática, por exemplo, os estudantes aprendem como dados estatísticos podem ser distorcidos. Na disciplina de História campanhas são analisadas buscando compreender palavras, imagens e metáforas que possam influenciar a sociedade. Em várias oportunidades os estudantes ainda são convidados a analisar vídeos e postagens veiculadas em redes sociais, compreendendo como as emoções podem ser utilizadas nestes materiais cujo intuito é propagar a desinformação.

A proposta do governo Finlandês é fundamental por ser uma forma de combater um problema que o mundo em sociedade e em rede vem passando com a crescente onda da desinformação. Vale destacar que, desde 2014, quando a Rússia anexou a Crimeia, os finlandeses que até 1917 faziam parte do território russo, passaram a conviver com uma onda de desinformação disseminadas em sites e redes sociais, o que chamou a atenção do governo e estimulou que medidas fossem tomadas. O resultado da iniciativa nas instituições de ensino foi o mais positivo possível, já que o país passou a ser considerado pelo Instituto Open Society como o mais resistente à desinformação na Europa, tornando-se uma referência mundial no combate às *Fake News*.

Em termos de inserção curricular da educação midiática no Brasil, há uma diversidade de possibilidades. Sem entrar na complexidade que envolve a discussão sobre a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), vale destacar que ela define em suas competências gerais a “cultura digital”, relacionando-a à Educação Midiática. O tema ainda transita por componentes da disciplina de Língua Portuguesa, nos Ensinos Fundamental e Médio (campo de atuação jornalístico-midiático). Diz a BNCC que é necessário

¹⁰² Disponível em: <https://osis.bg/?p=3356&lang=en>. Acesso em: 11/02/2023, às 14h31.

¹⁰³ GOMEZ, Luiz Henrique. Como a Finlândia usou as aulas de matemática e história para derrotar as fake news. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/internacional/como-a-finlandia-usou-as-salas-de-aula-para-derrotar-as-fake-news/>. Acesso em: 29/11/2022, às 14h12.

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva. (BNCC, 2018¹⁰⁴, on-line).

Destaca-se ainda que a literacia midiática vem ganhando reconhecimento, força e importância já que o fenômeno da desinformação ganhou uma nova roupagem com as tecnologias digitais. Afinal, adolescentes/jovens convivem diariamente e em tempo real com uma “enxurrada” de informações mascaradas, na maioria das vezes, por sátiras ou paródias, conteúdos enganosos, impostores e fabricados (WARLE, 2019¹⁰⁵, n.p). Isso sem contar com a formação de bolhas que ocultam informações verídicas e que mantém pessoas divididas. (SANTAELA, 2019).

O discurso de ódio frequente, as mentiras disseminadas pelas redes, a força dos algoritmos “que busca atingir, de forma rápida e viralizada, determinando público, escolhido por meio de análise de dados” (PRADO, 2022, p. 27), as *deepfakes*, as crescentes tentativas de golpe contra as democracias no mundo, fazem com que a literacia midiática seja um instrumento educativo fundamental para desenvolver competências e transformar jovens em “fiscais contra a desinformação”.

4.5 COMPETÊNCIAS MIDIÁTICAS

Orientações adequadas e mediações educativas entre crianças, adolescentes e jovens sobre o uso consciente, seguro e responsável das mídias digitais, bem como formas de se proteger dos meandros da desinformação, corresponde a garantir o direito à “ampla participação no mundo de amanhã” (MARTÍN-BARBERO, 2012, p. 51). Não se trata apenas de garantir o acesso às redes e equipamentos, mas de experienciar competências culturais, habilidades sociais, conhecimento e, sobretudo, saber manusear diferentes fontes de mídia, fazer *networking*, colaborar e localizar informações, interagindo com o mundo. Afinal,

¹⁰⁴Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/implementacao/praticas/caderno-de-praticas/aprofundamentos/193-tecnologias-digitais-da-informacao-e-comunicacao-no-contexto-escolar-possibilidades>. Acesso em: 10/02/2023, às 15h59.

¹⁰⁵Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701. Acesso em: 11/02/2023, às 14h53.

(...) o contexto da cultura digital abarca não só saber buscar, selecionar, interpretar, produzir e socializar informações e conhecimentos. Mas também saber comunicar e interagir, o que envolve a capacidade de lidar com a complexidade de modo colaborativo. Isso engloba desde a capacidade de experimentar o estado interior de outra pessoa, até compreender seus próprios sentimentos e pensamentos imersos em situações socialmente complexas. (MIRANDA & FANTIN, 2018, p. 59)

E isso nos remete a discutir a questão das competências midiáticas, pois a literacia midiática “é uma questão de inclusão e de cidadania na sociedade da informação. (...) É uma competência fundamental não só para os jovens, mas também para os adultos” (COMISSÃO EUROPEIA, 20/08/2009).

Num ecossistema midiático em constante mudança, novas competências devem ser desenvolvidas para que os sujeitos possam lidar criticamente tanto com os meios quanto com as plataformas digitais, sendo capazes de se proteger contra a *infoxicación digitovisual* (AGUADED ; MARTÍN-GUTIÉRREZ; PEDREIRA, 2018, p. 158), fruto de uma sobrecarga de informações e conteúdos audiovisuais ao qual são expostos. Assim, a educação midiática propicia outras formas de interação com as informações.

Desde 2005, a Comissão Europeia e os Estados Membros vem realizando estudos através do *Joint Research Centre (JCR)*¹⁰⁶ sobre Aprendizagem e Habilidades para a Era Digital no sentido de aproveitar o potencial das tecnologias e inovar as práticas educativas. Sendo assim, foi desenvolvido um quadro conceitual de referência no sentido de identificar componentes da competência digital.

Publicado pela primeira vez em 2013 (DigComp 1.0) tornou-se uma referência no desenvolvimento e planejamento de iniciativas de competência digital na Europa. Informações contidas no documento *DigComp 2.0. Quadro delle competenze Digitali per i cittadini* (2016) apontam que o Quadro Europeu de Competências Digitais se propõe a ser um “instrumento para melhorar as competências digitais dos cidadãos, para ajudar os políticos responsáveis a identificar políticas que favoreçam as competências digitais e para planejar iniciativas de educação e formação para melhorar as competências digitais de grupos específicos” (DIGCOMP, 2016, pp. 6-7).

¹⁰⁶ Investigações do JCR referentes a Aprendizagem e Habilidades na Era Digital tem como meta ofertar à Comissão Europeia e aos seus Estados Membros apoio político com base em evidências sobre as potencialidades das tecnologias digitais e, consequentemente, a necessidade de práticas de educação e formação devido ao aparecimento de novas habilidades e competências digitais.

O documento estava dividido em cinco dimensões cujos exemplos se encontram a seguir:

Dimensão 1: Áreas de competência identificadas como parte da competência digital;

Dimensão 2: Competências e descrição de cada competência;

Dimensão 3: Níveis de proficiência para cada competência;

Dimensão 4: Conhecimentos, habilidades e atitudes aplicáveis a cada competência;

Dimensão 5: Exemplos de uso sobre a aplicabilidade da competência a diferentes propósitos.

O DigComp 2.1 apresenta as seguintes áreas de competências e seus indicadores:

Tabela 1: Áreas de competência

Área de competência 1: Literacia de informação e de dados	1.1 Navegação, procura e filtragem de dados, informação e conteúdo digital 1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital 1.3 Gestão de dados, informação e conteúdo digital
Área de competência 2: Comunicação e colaboração	2.1 Interação e partilha através de tecnologias digitais 2.2 Colaboração através de tecnologias digitais 2.3 Gestão da identidade digital
Área de competência 3: Criação de Conteúdo Digital	3.1 Desenvolvimento de conteúdo digital 3.2 Integração e reelaboração de conteúdos digitais
Área de competência 4: Segurança	4.1 Proteção de dispositivos 4.2 Proteção de dados pessoais e privacidade

Fonte: DigicComp 2.1

E estas áreas de competência podem contribuir tanto para identificar os perfis midiáticos dos participantes da pesquisa e na elaboração de propostas de educação midiática, como veremos no capítulo 6.

5. TRAJETÓRIAS/PERCURSO METODOLÓGICO, CAMPO DE ESTUDO E SUJEITOS DA PESQUISA

O capítulo aborda elementos que explicam o itinerário metodológico buscando levantar questões que foram vivenciadas durante a pesquisa. A escolha metodológica foi feita a partir de reflexões sobre as culturas juvenis e práticas midiáticas, o fenômeno das *Fake News*/desinformação, a mídia-educação e o papel da escola na *media literacy*. O objetivo foi tentar lapidar e delimitar o objeto de estudo construindo um campo empírico que possibilite um olhar crítico sobre o próprio fazer, os resultados e as finalidades da pesquisa proposta.

5.1 METODOLOGIA DE PESQUISA

Em suas análises sobre a busca incansável do homem pelo conhecimento, pela compreensão e domínio do meio e do próprio mundo que habita, Fachin (2006) nos oferece muitas pistas. Inúmeras tentativas, instrumentos e caminhos foram percorridos no decorrer dos séculos com o objetivo de compreender os fatos de uma forma mais clara, precisa e útil. Conhecimento filosófico, teológico, empírico e científico, cada qual estabelecendo relações entre o saber, os sujeitos e o objeto observado, analisado e pesquisado.

Ao perceber a importância de definir métodos de forma racional, o homem sistematizou procedimentos e passou a realizar operações de conhecer, agir e fazer adequando o processo de investigação. Assim, no âmbito da pesquisa, a perspectiva metodológica envolve um conjunto de instrumentos que norteiam a investigação apontando caminhos que organizem e facilitem o planejamento de estudo, a organização dos dados, as experiências teóricas e empíricas, suas análises e interpretações. Conhecer e agir estão diretamente ligados aos procedimentos metodológicos pois, “sem método seria incompreensível falar em ciência, porque não poderia ser colocado em evidência o conjunto de etapas operacionais ocorrido na manipulação para alcançar determinado objetivo científico” (FACHIN, 2006, p. 30).

Esta pesquisa bebe tanto da fonte da Educação quanto da Comunicação para analisar o fenômeno da desinformação na sociedade contemporânea e as implicações de tal prática no cotidiano dos jovens, nas suas formas de consumir, compartilhar e produzir conteúdo verdadeiro/falso e no papel da escola no contexto da cultura digital. Baseada na intermedialidade, na portabilidade e na transmidialidade (RIVOLTELLA & FANTIN, 2012) a

cultura digital propicia novos ambientes socioculturais (SANTAELLA, 2003) e multimídias (RIVOLTELLA, 2003) e suas camadas que envolvem “valores, conceitos, conhecimentos, práticas, temporalidades e universalidades próprias” (KENSKI, 2018, p. 140).

Neste sentido o pesquisador que se aventura no entendimento sobre/da imbricação entre mídia/educação encontra um campo fértil de pesquisa - as práticas midiáticas, os sujeitos e as mediações na cultura digital e suas ferramentas tecnológicas e serviços - num universo complexo, multicultural, aberto, dinâmico e de diversas racionalidades.

O cientista social de hoje se encontra diante de uma oportunidade magnífica. A internet coloca o mundo social, em todo seu desarranjo e complexidade, na soleira da sua porta. Os métodos empíricos e as teorias simplistas da metade do século vinte parecem inadequados para desatar esse nó górdio. E podem muito bem ser. Porém, isso não implica abandonar a perspectiva empírica, mas reinventar nossos processos e técnicas. (...) A internet nos permite ver mais interações sociais do que jamais esperávamos, e agora nos deparamos, em muitos casos, com o excesso de uma coisa boa. Que esperança temos de fazer sentido de dados tão complexos? Esta é uma questão que agora atravessa todas as ciências – todos nós compartilhamos o novo mundo dos sistemas complexos. (HALAVAIS, 2010, pp. 11, 15)

Inseridos na cultura digital, os jovens vivenciam uma oportunidade única: nunca na história da humanidade houve tanto acesso à informação, em tempo real e contínuo. A euforia causada por este fenômeno fez a adolescência/juventude mergulhar num mar de possibilidades, tendo acesso a seus pares mais próximos e os de várias partes do globo. Troca de saberes, sensação de autonomia para expor ideias, produção de conteúdo, acesso a informações distintas e variadas em diversas plataformas, são algumas das vantagens elencadas.

Entretanto, essa nova cultura midiática fez ressurgir o fenômeno da desinformação, “batizado” popularmente como *Fake News*. Vimos que a prática da desinformação não é algo novo e ganhou força não só a partir do surgimento de ferramentas tecnológica avançadas, mas também da popularização das redes sociais e do poder dos algoritmos que ao rastreamos os temas abordados, pesquisados, curtidos, produzidos e compartilhados pelos usuários, direcionam o público na tomada de decisões e na escolha dos grupos dos quais farão parte.

No campo da educação se faz necessário abordar tal temática, pois a cultura digital trouxe consigo novas mudanças e redefinições sociais e, consequentemente, a escola sofre os impactos de tais transformações, tanto nas novas configurações de tempo e espaço como na preparação e formação dos jovens neste momento. Refletir sobre a complexidade deste processo e suas consequências formativas em relação às mudanças do processo ensino-aprendizagem de

novos cidadãos conscientes, críticos e alfabetizados/letrados midiaticamente é fundamental para compreender essa “nova lógica” e para “(...) compreendermos as manifestações culturais, os significados, os valores e as práticas cotidianas geradas pela “onipresença” das tecnologias e mídias digitais na contemporaneidade” (SÁ, 2016, p. 158).

O processo de alfabetização/multiletramento midiático de crianças e jovens hoje não recai apenas no domínio das ferramentas tecnológicas existentes: é necessário saber ler, escrever e participar de forma responsável no mundo conectado. Cabe à escola, à sociedade como um todo, aos familiares e aos próprios produtores midiáticos inseridos nesse processo intenso de desinformação, ensinar a diferenciar uma *Fake News* de uma sátira, de um boato e de uma opinião. Portanto, é muito mais do que checar informações e não compartilhar o que é duvidoso. É preciso compreender quando um título de matéria é tendencioso, a fonte de informação é questionável e o que há de interesses intrínsecos na difusão e proliferação da notícia.

Em relação à comunicação, os caminhos percorridos desta pesquisa tiveram como foco os processos comunicacionais, analisando a produção de sentidos, a circulação de mensagens e ideias (MARTINO, 2018), que por sua vez situa-se na interface da educação e de outras áreas do conhecimento. Navegando por diversas áreas do saber como a Sociologia, Psicologia, Antropologia, Filosofia e a Educação, há “pouco consenso na definição a respeito do objeto, método e teorias na pesquisa em Comunicação” (MARTINO, 2018, p. 21).

Martino (2018) explica ainda que as primeiras pesquisas em Comunicação estavam arreigadas a noção de ciência como “verdade”. Havia uma concepção de que os seres humanos podiam ser estudados através de métodos científicos utilizados pelas ciências Exatas e até Biológicas, algo ainda tradicionalmente utilizado no mundo anglo-saxão. Entretanto, o autor lembra que nada mais distante da concepção exata do que os Estudos Qualitativos em Comunicação, já que o universo humano é inexato. Destaca-se que as relações sociais são dinâmicas e cheias de mutações, e quando a temática envolve a comunicação lida-se com interpretações e análises procurando-se evidências no sentido de sugerir uma determinada conclusão.

Para compreender a relação dos jovens com a informação e a forma como a produzem, compartilham e consomem no universo da conexão e da desinformação, a perspectiva da abordagem teórica-metodológica de Hine (2000) adotou a internet com o objeto de estudo e

artefato cultural¹⁰⁷. Sua abordagem está relacionada às funções e formações sociais ligadas à internet e aos possíveis conflitos, conexões, cooperações, narrativas e fortalecimentos de comunidades virtuais.

A perspectiva da internet como artefato cultural observa a inserção da tecnologia na vida cotidiana. Assim, favorece a percepção da rede como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, em uma perspectiva que se diferencia da anterior, entre outras coisas, pela integração dos âmbitos *online* e *offline*. A ideia de artefato cultural compreende que existem diferentes significados culturais em diferentes contextos de uso. O objeto internet não é único, mas sim multifacetado e passível de apropriações. (RECUERO, et al., 2011, p.42)

Neste quadro, para melhor compreender a relação dos jovens estudantes com a informação, a perspectiva metodológica desta pesquisa fundamenta-se em uma concepção filosófica de construtivismo social, com abordagem qualitativa, a partir da suposição de que os indivíduos procuram entender o mundo em que vivem e trabalham. (CRESWELL, 2010). De acordo com Creswell (2010), os construtivistas sociais defendem que os indivíduos desenvolvem significados subjetivos através de suas experiências e significados dirigidos para alguns objetos ou coisas. Por serem variados e múltiplos, esse tipo de concepção leva o pesquisador a ampliar os pontos de vista ao invés de estreitá-los.

O objetivo da pesquisa é confiar o máximo possível nas visões que os participantes têm da situação a qual está sendo estudada. As questões tornam-se amplas e gerais, para que os participantes possam construir o significado de uma situação caracteristicamente baseada em discussões ou interações com outras pessoas. Quanto mais aberto o questionamento, melhor, enquanto o pesquisador ouve atentamente o que as pessoas dizem e fazem nos ambientes em que vivem. (CRESWELL, 2010, p. 31)

Assim, nos orientamos por uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório com jovens estudantes de realidades sociais, culturais e econômicas diferentes. Além de ter a oportunidade de perceber como esses jovens sujeitos “reagem”/interagem com outras pessoas, sejam elas do grupo social ou não, a pesquisa empírica com jovens estudantes busca entender os significados subjetivos que são formados por normas históricas e culturais e que operam a vida dos indivíduos, como ressalta Creswell (2010).

¹⁰⁷ Shah (2005, p. 8) define artefato cultural como um “repositório vivo de significados compartilhados que são produzidos por uma comunidade de ideias. Um artefato cultural é um símbolo comunitário de pertencimento e posse (no sentido não-violento e não-religioso da palavra). Um artefato cultural se torna infinitamente mutável e gera muitas autorreferências que são mutuamente definidas, muito mais do que gera uma narrativa linear central”.

A intenção de se aproximar dos jovens estudantes permite melhor interpretar os significados que diferentes grupos, de regiões e condições socioeconômicas distintas, atribuem ao mundo e, principalmente, ao universo da comunicação social e à proliferação de notícias falsas, popularmente chamadas de *Fake News*. Desse modo, será possível entender o contexto e reunir informações importantes moldadas pelas próprias experiências e origens, inclusive da pesquisadora.

Em relação à abordagem qualitativa, a escolha está baseada em Bogdan & Biklen (1994) ao afirmarem que o investigador qualitativo em educação questiona continuamente os sujeitos da investigação buscando perceber “aquilo que experimentam, o modo como eles interpretam as suas experiências e o modo como eles próprios estruturam o mundo social em que vivem” (PSTHAS, 1973, apud BOGDAN & BIKLEN, 1994, p. 51).

Referentes às estratégias da pesquisa qualitativa, optou-se pela pesquisa colaborativa a partir de uma proposta de **intervenção didática** (FANTIN, 2018) organizada em **oficinas online** com jovens estudantes. As percepções foram anotadas/registradas em um diário de campo. Desta forma, foi possível produzir informações sobre os sujeitos, suas reações, acontecimentos durante o processo e as atividades desenvolvidas em conversas sobre a temática, dentro de uma perspectiva descritiva. Além disso, os registros serviram para um processo analítico-reflexivo, com as reações e análises posteriores.

Vale destacar que a proposta incide tanto na **observação** de certas práticas midiáticas do grupo como no **desenvolvimento** de atividades reflexivas sobre a desinformação. Durante as oficinas, os jovens estudantes discutiram a temática e foram problematizadas questões sobre os “perigos” e implicações da desinformação e das *Fake News* de modo a entenderem o percurso da informação, bem como descobrir se realmente conseguem identificar uma falsa notícia.

Importante destacar que devido ao contexto da pandemia de Covid 19, a realização de observações e, posteriormente, coleta de dados também forçou pesquisadores a encontrar novas possibilidades metodológicas. A necessidade do distanciamento social resultou na adoção de novas formas de pesquisa no ambiente *web*, perpassando não apenas pelo sentido de análise bibliográfica que propicia o embasamento teórico, mas também para a construção de dados empíricos (aplicação de formulários, questionários, entrevistas, observações e campo de investigação).

Freitas et.al (2004) destacam que o uso da tecnologia adequada, associada a uma técnica apropriada auxiliam o pesquisador e possibilitam estímulos de várias ordens (visuais e sonoros) aos participantes da pesquisa. Com efeito a pesquisa que envolve o ambiente *online* envolve também outras formas de interagir, interpretar e dar visibilidade às noções que emergem das propostas ali desenvolvidas.

Assim, a pesquisa que inicialmente previa uma dimensão empírica com jovens estudantes de modo presencial, adaptou-se às circunstâncias da pandemia de Covid-19, com o distanciamento social e ensino remoto, por meio de propostas de interação *online* com jovens estudantes do Ensino Fundamental II, do Ensino Médio e do Ensino Superior, com idades entre 14 e 21 anos, de instituições de ensino (particular e estadual), localizadas em Curitiba e Região Metropolitana.

Em decorrência do fechamento das instituições e aulas remotas, os estudantes foram convidados a participar dos encontros e atividades propostas no decorrer do trabalho em formato de **oficinas online** no contraturno. Foi considerada a possibilidade da utilização da plataforma *Zoom* nos encontros da pesquisa, propiciando o diálogo e a observação nos encontros síncronos, fora do horário de aula estipulado pelas instituições de ensino pesquisadas. A ideia consistiu em que os estudantes participassem das atividades sendo separados por grupos de trabalho na própria plataforma *Zoom*. Desta forma foi possível uma discussão de assuntos e interação entre estudantes pertencentes a realidades socioeconômicas diferentes.

Como o campo empírico envolveu grupos distintos, identificamos um perfil sociocultural referente às características comuns a ambos os grupos, às características que não são comuns entre os grupos, e às características que são únicas/singulares. Com esse perfil foi possível chegar a uma correlação entre semelhanças e diferenças entre os jovens estudantes participantes da pesquisa. Esse perfil foi elaborado a partir da aplicação de um **questionário online** antes e depois da oficina. Antes para identificar o perfil e depois para identificar o que mudou a partir da participação na oficina em termos de competências midiáticas sobre aspectos da desinformação e das *Fakes News*.

Vale ressaltar que no decorrer das **oficinas** os estudantes ainda foram estimulados a: analisar fotografias e matérias publicadas na mídia tradicional e *online*; discutir suas percepções com seus pares; discutir as percepções com o grande grupo; anotar as diferentes opiniões; retratar o que aprenderam através de relatos pessoais e coletivos; verificar como a presença nas oficinas contribuiu ou não para o entendimento sobre a desinformação e como esse

conhecimento poderia ser utilizado por jovens estudantes tornando-os protagonistas e multiplicadores do saber.

5.2 CAMPO EMPÍRICO

Ao final de 2019, portanto, antes da pandemia de Covid-19 - que mudou o cenário da investigação -, surgiu a ideia inicial de desenvolver o trabalho junto a estudantes com condições socioculturais distintas, no sentido de perceber em que medida a relação social e econômica interferia no acesso às tecnologias, bem como na percepção das notícias verdadeiras/falsas e sua disseminação nas redes e entre grupos.

A escolha de grupos com realidades distintas surgiu a partir das leituras e entendimentos de Martín-Barbero (2008), que em suas pesquisas sobre os jovens colombianos¹⁰⁸ analisou o uso que os adolescentes faziam da internet em espaços distintos: a casa; a escola; e o cibercafé. Em suas análises o autor ainda encontrou uma forma de “amarrar” três dimensões referentes às suas próprias convicções: a condição social; a reconstituição das subjetividades; e a mediação constitutiva da tecnicidade na formação do *sensorium* coletivo.

O que mais nos chamou a atenção sobre os olhares de Martín-Barbero (2008, p.20) foi primeiramente reconhecer que “a tecnologia é, hoje, uma das metáforas mais potentes para a compreender o tecido - redes e interfaces - de construção da subjetividade”. Entretanto, os jovens vivem paradoxos que devem ser analisados cuidadosamente, pois esses sujeitos constantemente são excluídos de processos importantes (menor acesso ao emprego, maior afluência ao consumo simbólico e, em contrapartida com restrição ao consumo material, com um grande sentido de protagonismo, mas no convívio com a precariedade e desmobilização).

Além disso, por pertencerem a realidades distintas em territórios e práticas culturais diferenciadas, esses sujeitos possuíam vivências diferentes e condições diversas de alcançar a educação, a informação e o acesso irrestrito aos aparatos tecnológicos e suas funcionalidades. Sendo assim, é quase impossível direcionar o mesmo olhar para um público tão desigual ou juventudes “que nos olham e ouvem (...) mediados por suas interações *pela e com* a tecnologia”

¹⁰⁸ Ver: MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A mudança na percepção da juventude**. Sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia et. al. **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008.

(MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 22), experimentando cotidianamente “formas de se tornarem visíveis” (SILVA, 2010, p. 35).

Por esta perspectiva, o Colégio Estadual Zumbi dos Palmares foi o primeiro a ser escolhido, não só por estar localizado numa área de vulnerabilidade socioeconômica, mas, principalmente, por ser um local que se tornou referência para os moradores da localidade.

5.2.1 Colégio Estadual Zumbi dos Palmares e Colégio Bastos Maia

Instalado no município de Colombo, Região Metropolitana de Curitiba, o Colégio Estadual é integrante do complexo Vila Zumbi dos Palmares, uma área de ocupação (desde 1990) que vem passando há 18 anos por um processo de Regulamentação Fundiária, institucionalizado pelo Governo do Paraná, via Companhia de Habitação do Paraná (COHAPAR).

A maioria dos alunos desta região encontra-se em situação de vulnerabilidade, sendo que a atividade econômica predominante entre seus pais ou responsáveis é a captação e o comércio de reciclados, material coletado em bairros próximos ou mesmo na capital paranaense (13,5 km de distância via BR- 116). Os estudantes, em sua maioria, também são trabalhadores no período contraturno, principalmente os do Ensino Médio. Destaca-se que na instituição de ensino são 909 estudantes distribuídos em 32 turmas do Ensino Fundamental II, Ensino Médio e Educação de Jovens e Adultos.

A região evidencia a disparidade socioeconômica entre localidades do município de Colombo. Considerado a maior colônia italiana do Paraná, Colombo tem uma população de 212.967 habitantes, segundo o último Censo¹⁰⁹, distribuídos numa área de 159,14 km. Embora seja considerada uma cidade dormitório, o município é dividido por uma linha que deixa bem clara a disparidade entre os seus habitantes. Enquanto a área Leste do município é composta por bairros mais pobres e com menos estrutura (neste sentido os moradores são provenientes de várias regiões do país ou mesmo do interior do estado), a região oeste, por sua vez (correspondente a área central e área rural), encontra-se com o maior acúmulo de riquezas com o Circuito Italiano de Turismo Rural, os fornos de extração de calcário e a prática da agricultura (orgânica, hidropônica e convencional) cuja produção abastece boa parte dos supermercados

¹⁰⁹ O último Censo de 2017 foi realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os dados podem ser consultados no site: [https://cidades .ibge.gov.br/brasil/pr/colombo/panorama](https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/colombo/panorama).

da capital paranaense. Essas áreas são habitadas por filhos e demais descendentes de imigrantes italianos e poloneses que colonizaram a região, no final do século XIX.

Figura 1: imagem área da Vila Zumbi, em Colombo/Paraná.



Fonte: *google maps*.

Figura 2: Dependência do Colégio Zumbi dos Palmares (à esquerda) e Vila Zumbi dos Palmares (à direita).



Fonte: SEED/PR

A instituição de ensino particular escolhida para a pesquisa foi o Colégio Bastos Maia, localizado à Rua Diogo Migiatti, 3057, no Bairro Boqueirão, em Curitiba. O colégio atende estudantes da Educação Infantil, e Ensino Fundamental I e II, com educação bilíngue. A escola oferta atividades complementares (contraturno) como: artes; contação de história; dança; esportes; inglês; judô; e música. Está situado na capital paranaense, Curitiba que, segundo dados do Censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, possuía uma população de 1.751.907 pessoas, distribuídas em 432 km. O salário mensal do curitibano, em 2019, segundo dados do IBGE, era de 3.8 salários-mínimos e 54,1% da população, ou seja, 1.046.017 se encontrava empregada/ocupada na capital paranaense.

De acordo com o ranking, “As melhores cidades do Brasil¹¹⁰”, elaborado pela revista IstoÉ em parceria com a consultoria Austin Rating, divulgada em 2022, a capital paranaense é uma das melhores cidades para se viver no país. Seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que é de 0,823, justifica-se pelo seu desenvolvimento urbano, econômico e social. Acessibilidade, planejamento urbano, atrações culturais e áreas verdes são destaque da cidade.



Figura 3: bairro Boqueirão, em Curitiba.
Fonte: Juliano/Detran.



Figura 4: Espaço interno do Colégio Bastos Maia.
Fonte: Site do colégio.

¹¹⁰ Disponível em: <https://istoe.com.br/bem-estar-e-a-palavra-de-ordem/>. Acesso em: 31/01/2023, às 17h31.

Observa-se pelas imagens a disparidade socioeconômica entre as regiões e as duas instituições de ensino escolhidas para a pesquisa. Entretanto, como veremos a seguir, a pandemia de Covid-19 trouxe novos rumos e momentos desafiadores, sendo que foi necessário buscar alternativas ao longo do percurso da pesquisa empírica.

5.2.2 Visitas às instituições de ensino e início da pandemia

Os primeiros contatos com as instituições de ensino se deram em fevereiro de 2020. Em ambas as visitas a pesquisadora explicou os motivos, bem como a forma da pesquisa/trabalho e a finalidade do projeto. Quando, enfim, as autorizações foram dadas por parte das direções de ambas as instituições de ensino, a pandemia de Covid-19 chegou ao Brasil, sendo o primeiro caso registrado em 22 de fevereiro daquele mesmo ano e a suspensão das aulas no estado do Paraná, em 20 de março.

A impossibilidade de realizar as oficinas de maneira presencial era uma realidade a ser enfrentada e, desta forma, se fez necessário repensar todo o processo de pesquisa e coleta de dados a partir de um cenário catastrófico que se desenhava com a crise sanitária. Afinal, era impossível prever quando as aulas voltariam ao normal (de forma presencial e não remota) e quando a pandemia seria definitivamente controlada (ainda não havia a disponibilidade de vacinas o que aconteceu apenas em 2021), sem contar que os docentes e instituições ainda estavam se adaptando aos novos modelos de ensino-aprendizagem, agora dependentes quase que, exclusivamente, do universo *online*.

Inclusive o período foi repleto de inúmeras dificuldades em todos os setores da sociedade e a educação não poderia estar alheia a tais transformações. O primeiro desafio foi a constatação de que os docentes não estavam preparados para as aulas remotas. Pesquisa intitulada “Trabalho Docente em Tempos de Pandemia”¹¹¹ e realizada pelo Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho Docente da Universidade Federal de Minas Gerais (Gestrado/UFMG), em parceria com a Confederação Nacional em Educação (CNTE) mostrou que 90% dos professores não tinham experiência com aulas remotas antes da pandemia. Foram ouvidos em 2020, 15.654 docentes de todo o Brasil, profissionais que atuam na Educação Infantil, Ensino Fundamental e Educação de Jovens e Adultos.

¹¹¹ Disponível em: <https://gestrado.net.br/pesquisas/trabalho-docente-em-tempos-de-pandemia-cnte-contee-2020/>. Acesso em: 01/02/2023, às 9h44.

Nos dados da pesquisa, os docentes ainda trouxeram elementos importantes para a compreensão do momento histórico que o mundo vivenciava e que a educação precisava enfrentar: 80% dos entrevistados afirmaram que a principal dificuldade dos estudantes foi a falta de acesso à internet e computadores; seguida pela dificuldade das famílias em apoiar os estudantes (74%); a falta de motivação dos alunos (53%) e o desconhecimento dos alunos em usar recursos tecnológicos (38%).

Diversos autores que pesquisam a temática da cultura digital e os novos desafios no âmbito educacional, já apontavam que as discussões sobre os usos das tecnologias digitais já estavam na pauta da educação desde os anos 1990. Mas, além de mudanças na educação caminharem a passos lentos quanto à apropriação das tecnologias eletrônicas e digitais na escola, também se evidenciava certa resistência de instituições de ensino e dos próprios docentes quanto ao uso das tecnologias no ensino.

Entretanto, com o inesperado surgimento da pandemia de Covid-19 e suas consequências, a única saída foi se adaptar ao momento emergencial, pois não havia alternativa senão usar as tecnologias. Assim, os professores foram desafiados e, mesmo sem formação e capacitação adequada, incorporaram as tecnologias digitais em suas salas de aula (virtuais), buscando um engajamento dos estudantes, mesmo num período tão crítico e com implicações que ainda perduram.

Pretto (2022) reforça ainda que a escola do futuro deve estar inserida na cultura digital e os docentes preparados para trabalhar com essa cultura. Embora os professores brasileiros pertençam a um cenário de uma formação basicamente instrumental, as questões da comunicação, informação e imagens da internet devem estar presentes na formação destes profissionais já que segundo ele “não é a rede que precisa estar na escola e sim a escola que precisa estar na rede¹¹²”. Ele ressalta que não se deve estar preparado apenas para o uso das plataformas digitais, mas para criar usos (novos) para essas plataformas que fazem parte do cotidiano da humanidade.

Contudo, não foram apenas os docentes que tiveram que se adaptar rapidamente à nova realidade traçada pela Covid-19. Os jovens estudantes também tiveram que aprender a estudar

¹¹² **Entrevista: professor Nelson Pretto fala sobre os desafios da escola na era da internet.** Disponível em <https://www.fundacaotelefonica vivo.org.br/noticias/entrevista-professor-nelson-pretto-fala-sobre-os-desafios-da-escola-na-era-da-internet/#:~:text=Nelson%20Preto%3A%20A%20gente%20tem,uso%20da%20internet%20nas%20aulas>. Acesso em: 01/02/2023, às 9h59.:

via *online*. Foi neste momento que a desigualdade socioeconômica em território brasileiro foi escancarada: em várias localidades do país, alunos de baixa renda não dispunham sequer de equipamentos necessários para acompanhar os conteúdos de forma *online*, isso sem contar com um local adequado para os estudos ou mesmo alimentação necessária para suportar o que ainda estava por vir ¹¹³. Lembrando que no Brasil cerca de 40 milhões de estudantes da rede pública (distribuídos em 150 mil estabelecimentos de ensino) recebem alimentação escolar diariamente ¹¹⁴.

Neste contexto, o ano de 2020 impossibilitou a realização das oficinas propostas pela pesquisa em decorrência de todos os elementos apontados até aqui. Seria necessário esperar o “desfecho” da pandemia e propor uma nova forma de coleta e análise de dados, mantendo pesquisados e pesquisadora em segurança.

Um ano depois, em 2021, o cenário continuava com incertezas, sendo que somente no mês de maio as aulas começaram a ser retomadas no Paraná, com o sistema híbrido de ensino, concomitantemente ao período de vacinação em massa disponibilizado à população, seguindo faixas etárias prioritárias que incluíram os professores. Entretanto, a retomada não foi realizada de maneira absoluta, sendo um processo gradativo e com todos os cuidados sanitários pertinentes ao período. Ao final de 2021, 412.880 pessoas já haviam morrido de Covid-19 em território brasileiro, sendo que a previsão da Organização Mundial da Saúde (OMS) para o término da pandemia continuava sem uma resposta definitiva. Em 31 de maio de 2023, os mortos pela Covid-19 no Brasil, segundo dados do Ministério da Saúde ¹¹⁵, era de 702.907 pessoas.

Assim, aquele cenário ainda não era propício para que as oficinas fossem realizadas de forma presencial. Em vista disso, optamos por realizar oficinas *online* para dar continuidade ao trabalho, consciente de que haveria potencialidades e ao mesmo tempo desafios a serem enfrentados durante todo o processo. Numa breve revisão de literatura, buscamos estudos que apontassem para os prós e contras da pesquisa utilizando plataformas digitais e como proceder durante todo o percurso da pesquisa. Por conseguinte, em 24 de fevereiro de 2021, a Comissão

¹¹³ Pesquisa realizada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), intitulada “Impactos primários e secundários da Covid-19 em crianças e adolescentes” ¹¹³ decidiu ouvir os jovens estudantes sobre as dificuldades enfrentadas. Entre 1.516 entrevistados, 35% relataram falta de acesso à internet ou baixa qualidade de sinal (o que reafirma dados apontados da pesquisa realizada pela Gestrado/UFGM), 31% não possuíam equipamentos eletrônicos adequados e 24% deixavam de fazer atividades à distância já que precisavam auxiliar a família em tarefas domésticas.

¹¹⁴ Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2022/01/1778012>. Acesso em: 01/02/2023, às 11h12.

¹¹⁵ Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 31/05/2023, às 17h54.

Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP)¹¹⁶ emitiu ofício circular nº2/21 nº 2/2021/CONEP/SECNS/MS orientando pesquisadores e Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) a coletar dados para suas pesquisas de forma *online*.

Alguns elementos foram fundamentais para reflexão no momento de estabelecer parâmetros de investigação. Ao consultar o trabalho de Schmidt & Palazzi &, Piccinini (2020) os autores destacaram que entre os pontos fortes neste tipo de pesquisa (*online*) estão: maior abrangência geográfica; economia de recursos financeiros; redução de tempo na coleta de dados por conta do deslocamento; maior segurança do pesquisador e pesquisados, frente à crise sanitária; possibilidade de investigar tópicos sensíveis; acesso a grupos socialmente marginalizados e estigmatizados; conforto do pesquisado em poder participar sem sair de casa.

Em contraste, a coleta de dados *online* demanda adaptações importantes. A primeira delas, como bem apontam os pesquisadores, refere-se ao tempo de duração quanto ao uso da tecnologia. Os participantes podem cansar das telas em comparação a coleta face a face, portanto, o tempo deve ser limitado. Além disso, no sentido de garantir qualidade, efetividade e privacidade neste tipo de entrevista são necessários pré-requisitos importantes como: confiabilidade e segurança da rede de Internet e dos equipamentos (celular, computador, câmera, microfone e fone de ouvido), além de ambiente privativo e silencioso (sem interrupções).

A plataforma escolhida também deveria considerar as necessidades do estudo, a relação custo-benefício, a segurança e a dificuldade de acesso. Deveria ainda levar em conta o acesso à rede e os equipamentos, já que há contextos de vulnerabilidade socioeconômica que podem limitar a participação de sujeitos importantes para a pesquisa.

5.3 A PROPOSTA DE OFICINA

A primeira sondagem para o desenvolvimento da oficina – parte integrante desta pesquisa - iniciou em fevereiro de 2020, portanto, antes da explosão da pandemia de Covid-19. A visita e a conversa com os responsáveis se deram no sentido de sondar se as escolas escolhidas pela pesquisadora efetivamente se preocupavam com o processo de alfabetização

¹¹⁶Disponível em: http://conselho.saude.gov.br/images/Oficio_Circular_2_24fev2021.pdf. Acesso em: 01/02/2023, às 13h53/

mediática e, se tinham interesse e disponibilidade em participar e se tinham estrutura para o desenvolvimento deste trabalho.

Foram observados os seguintes critérios: a) a escola dispunha de equipamentos de informática para realizar atividades com os estudantes? b) quais eram os equipamentos utilizados (*tablets*; celulares/*smartphone*; computadores); c) havia disponibilidade de conexão e rede *wifi* para todos os estudantes e docentes? d) que tipo de programas eram utilizados? e) havia preocupação em relação a estes programas ou aplicativos? f) como é feita a manutenção dos equipamentos? g) seria possível baixar programas caso houvesse necessidade?

Também foram observadas a formação docente e o uso de tais equipamentos, a partir dos seguintes critérios: a) qual a formação dos docentes que utilizavam com mais frequência tais equipamentos?; b) os docentes receberam preparação técnica para utilizar os equipamentos?; c) os docentes receberam preparação pedagógica para se apropriarem do uso das tecnologias sabendo que não se trata apenas de transferir o conteúdo das aulas para a tela do computador? d) os docentes sabiam realmente o que é uma alfabetização midiática?; e) os docentes sabiam como ajudar os alunos a interpretar informações que chegam via rede social? f) os próprios docentes sabiam reconhecer o que é uma *Fake News*?

Inicialmente a proposta buscava a disponibilidade de um espaço para aulas de alfabetização/letramento midiático sob a temática central da *Fake News*, no período de um trimestre, ou seja, em torno de doze encontros. As oficinas estavam programadas para acontecer uma vez por semana, no intervalo de uma hora. A proposta ainda se estendia a outras disciplinas, caso o docente pudesse liberar espaço para a realização das atividades propostas em horário de aula ou mesmo utilizasse o conteúdo desenvolvido para complementar assuntos abordados em sala.

A impossibilidade de encontros presenciais fez com que houvesse uma adaptação na proposta inicial. Os encontros tiveram que ser modificados e adaptados para a forma remota, na modalidade síncrona. O número de encontros também foi reduzido e a proposta se estendeu para discussões em duas vezes na semana (segundas e quartas), sempre no período do contraturno dos estudantes. A ideia de propor parceria nas atividades com os professores e suas respectivas disciplinas, se manteve.

O desafio não foi apenas encontrar uma tecnologia que se adaptasse às necessidades propostas pela pesquisa, mas, sobretudo, como organizar a oficina e torná-la mais atrativa. Com estudantes esgotados por um período de mais de um ano em aula remota, se tornava essencial

criar algo mais adaptado à realidade dos jovens estudantes, fazendo com que tivessem interesse pela forma e conteúdo abordado. A pesquisadora então, iniciou estudos e análises sobre metodologias ativas e tecnologias digitais tentando compreender esse universo educacional inserido nas mídias.

É fundamental compreender que, mesmo com a evidente dificuldade durante toda a pandemia, antes mesmo da chegada do coronavírus, era visível a lacuna de infraestrutura tecnológica e o despreparo dos próprios docentes para o uso das ferramentas, tanto no Ensino Fundamental quanto no Ensino Superior. Muitas discussões foram geradas em torno da temática das tecnologias no cotidiano escolar, mas pouco se implementava efetivamente. A educação do século XXI no Brasil, continuava focada nas últimas duas décadas do século XX, quando discussões em torno da “modernização da educação” voltaram o olhar para o mercado ao sofrerem influência de fundações e empresas privadas que passam a pautar políticas educacionais.

A nova realidade não incluiu apenas o acesso as tecnologias e a preparação dos docentes para a nova realidade, lembrando que muitos professores tiveram que se readaptar de forma instantânea e foram até mesmo forçados a assumir custos de infraestrutura física e tecnológica para garantir o acesso à educação para seus alunos.

No sentido de tentar contemplar diferentes aspectos das interações em contextos formativos (contextos socioculturais, especificidades dos dispositivos e artefatos da cultura digital, multiletramentos e aprendizagem significativa) a pesquisadora optou pelo uso da plataforma *Zoom Meeting* para viabilizar as oficinas¹¹⁷. A tecnologia foi escolhida por disponibilizar recursos diversos e apresentações interativas, tais como: compartilhamento de slides; vídeos e fotos; possibilidade de interação entre os pares através da formação de grupos de discussão via plataforma; criação de canais; cenários virtuais; possibilidade de construção de *digital storytelling*; além da gravação das oficinas.

O *digital storytelling*, inscrito na definição de transmídia, começa a ser percebido pela educação como um instrumento lúdico que auxilia no trabalho de compreensão do universo dos *media* e na busca de uma literacia crítica. Mobilidade, interação, convergência, interseção

¹¹⁷ Optou-se pela plataforma *Zoom Meeting* na modalidade paga. A plataforma digital, nesta modalidade, pode comportar até trezentos participantes na sala em períodos de 24 horas de conexão. Ainda dispõe de recursos que vão além de compartilhamento de slides como a possibilidade de divisão e interação entre grupos (*Breakout Rooms*), reprodução de vídeos e áudios, chats, votação (*poll*) e gravação das oficinas, desta forma, aumentando o engajamento e facilitando as discussões e o próprio aprendizado.

fazem parte do ecossistema midiático híbrido e complexo no qual as notícias estão ancoradas. Apropriando-se dos conceitos de Jenkins (2010), Brittes & Catarino (2018) explicam que o *digital storytelling* proporciona aos estudantes uma movimentação entre plataformas e a compreensão de quando e como podem interagir. Nesta perspectiva se torna um método que integra narrativas imersas em processos de aprendizagem e uma ferramenta importante para a discussão das *Fake News* na era contemporânea.

Neste quadro, para promover a interatividade entre os participantes, o encontro também envolveu recursos como: *Mentimeter*, para a criação de nuvens de palavras; *Jambord* para desenvolver formas criativas de escrita; *Canva*, para a produção de conteúdos visuais; *Garticphone*, para uso de games; e *Kahoot*, para quizzes.

Assim, as oficinas foram planejadas em nove encontros síncronos no contraturno, que foram divididos da seguinte forma e com as seguintes propostas de atividades:

TABELA 2: Oficinas

1º ENCONTRO 60 minutos	A oficina inicia com a aplicação de um questionário inicial com questões baseadas no Quadro Europeu de Competências Digitais buscando identificar as seguintes competências: literacia de informação de dados; comunicação colaborativa; criação de conteúdos digitais; segurança; e resolução de problemas. Em seguida será feita uma análise da relação dos estudantes com a informação na Sociedade Tecnológica. Três imagens relacionadas a sociedade; tecnologia; e informação serão apresentadas no slide. Durante uma sessão de <i>brainstorming</i> os estudantes serão convidados a utilizar o <i>Mentimeter</i> (com uso de nuvem de palavras) no sentido de definir como definem as imagens. As opiniões serão coletadas de forma livre, sem a interferência da pesquisadora. Em seguida será lançado um desafio com a seguinte indagação: “Você reconhece o que é real ou ficcional na era notícia?”. Os participantes serão levados a formar trios e discutir sobre o questionamento. Ao retornarem para sala principal, os depoimentos serão gravados e depois transcritos. O objetivo desta primeira atividade é fazer uma sondagem sobre o conhecimento que os jovens têm em relação às mudanças pelas quais a sociedade vem passando no âmbito das tecnologias, bem como identificar se os alunos reconhecem o alcance das informações e se sabem distinguir o que é real ou ficção em relação às informações ou no geral? Em seguida os alunos serão convidados a definir o termo <i>Fake News</i>. Para isso será proposta a técnica de “telefone sem fio”, através de um jogo <i>online</i>. Para tal será utilizada a ferramenta <i>Garticphone</i>. Os alunos deverão mostrar em uma frase ou mesmo palavra o que entendem sobre <i>Fake News</i>. Em seguida cada participante receberá a frase ou palavra e terá que fazer um desenho descrevendo o que entendeu. Na oportunidade, além de expressarem o que entendem sobre o tema, poderão perceber como um ruído de comunicação pode destruir a imagem dos sujeitos na sociedade contemporânea.
2º ENCONTRO	No segundo encontro os alunos serão convidados a refletir sobre o que mudou a partir do que foi discutido na aula anterior entre os pares.

60 minutos	Para isso podem utilizar o <i>chat</i>. A ideia é analisar se os estudantes fizeram uma reflexão sobre a temática e o que mudou a partir das discussões iniciadas no primeiro encontro. Em seguida serão apresentado dois vídeos. O primeiro vídeo da Justiça Eleitoral cujo endereço é: https://www.youtube.com/watch?v=N3Zed-yovKg. Sem adentrar a questões eleitorais, o vídeo mostra como as <i>Fakes News</i> podem ser prejudiciais para sociedade. O segundo vídeo cujo endereço é: https://www.youtube.com/watch?v=xRWcW0RtYjY aborda o que são as Fake News e como reconhecê-las. Após a exibição dos vídeos os estudantes serão organizados em grupos de até quatro integrantes. Em equipe deverão refletir sobre as seguintes questões: “Alguma vez você já acreditou e compartilhou uma informação que descobriu posteriormente que não estava correta?”; “Alguma vez você compartilhou uma informação, mesmo reconhecendo que era mentira, apenas como forma de prejudicar a imagem de alguém ou de alguma instituição? Você costuma checar as informações que chegam através das redes sociais compartilhadas por pessoas próximas a você?”; “Você costuma curtir publicações no <i>facebook</i> apenas pelo fato da informação ter sido postada por um amigo ou conhecido?”. “Em quais veículos, plataformas ou redes sociais você confia mais quando o assunto é informação? (Tv; rádio; jornal impresso; <i>facebook</i>, <i>WhatsApp</i>, <i>twitter</i>, outros). As respostas serão dadas de forma escrita e os estudantes não deverão se identificar. Devem criar um pseudônimo e entregar o material. Os jovens serão orientados a não responder apenas a sim ou não. Devem também justificar as respostas. Assim que todos as respostas estiverem nas mãos da pesquisadora ela lançará um desafio para os estudantes. O objetivo deste encontro é identificar com os alunos vêm compartilhando informações no seu cotidiano e quais ferramentas utilizam para disseminar informações. Para o próximo encontro eles deverão fazer as mesmas perguntas para cinco pessoas de sua convivência diária. Entretanto deverão identificar as pessoas pelo nome, idade, profissão.
3º ENCONTRO 60 minutos	No terceiro encontro os alunos identificarão imagens, notícias e reportagens verdadeiras/falsas. Serão distribuídos em grupos de até quatro componentes, utilizando a plataforma Zoom. Cada grupo receberá fotografias legendadas e um pequeno texto. O desafio será identificar se as fotografias realmente são verdadeiras e quais são as falsas. Os grupos terão trinta minutos para fazer as identificações, bem como criar <i>post its</i> (online) justificando as escolhas. Para realizar a atividade será utilizada a ferramenta Jambord. Ao término da análise todos serão reunidos na mesma sala de <i>Zoom</i> para apresentação e discussão no grande grupo. O objetivo da atividade será promover a discussão e análise dos materiais, incentivando a percepção de como podemos ser enganados com falsas imagens e mensagens.

	O encontro terminará com dois vídeos. O primeiro é do Record Investigação e intitulado: Jovem que publicou imagens da suposta sequestradora diz não sentir remorso pela morte de Fabiane. O material está no link: https://www.youtube.com/watch?v=ArMLPjCNjE0 O segundo vídeo é do Jornal Nacional, cujo título é: “Especialista da RCA Advogados fala sobre caso do linchamento em Guarujá”. O vídeo pode ser encontrado no link: https://www.youtube.com/watch?v=JtwJVjd_TA8 Ao término dos vídeos a pesquisadora lançará as seguintes indagações para os jovens: a) Como uma informação inverídica pode destruir a imagem e a vida de uma pessoa e causar uma situação irreversível? Eles conhecem algum caso em que isso aconteceu?
4º ENCONTRO 60 minutos	O quarto encontro servirá para análise de respostas. Neste caso o grande grupo se reunirá na plataforma <i>Zoom</i> e deverá misturar todas as respostas dadas (pelos estudantes e por seus familiares solicitadas no encontro 2). Cada um deverá pegar pelo menos duas respostas e ler para os demais. Ao término desse exercício grupos de até quatro estudantes deverão se reunir e montar uma história em quadrinhos utilizando a plataforma <i>Canva</i> e levando em consideração as respostas dadas pelos participantes da pesquisa, bem como as análises do grupo sobre o percurso da informação e o fenômeno da <i>Fake News</i>. A história em quadrinhos a ser desenvolvida deve atingir o público-alvo da idade entre 14 e 17 anos. A ideia é que os estudantes criem um meio para orientar pessoas com a sua mesma faixa etária. Será uma forma de desenvolver algo na linguagem de jovens para jovens. O objetivo é que percebam quais os perigos de informações inverídicas e como podem contribuir no processo de multiplicação de conhecimento sobre a temática junto a seus pares, seus familiares e a comunidade em geral.
5º ENCONTRO 60 minutos	No quinto encontro os estudantes irão concluir as histórias em quadrinho e apresentar aos demais colegas. O objetivo é que os grupos possam analisar as percepções dos colegas sobre o fluxo de informações, bem como os prejuízos causados por falsas notícias. Na segunda etapa do encontro os alunos vão aprender sobre o jornalismo e seus termos. A ideia é que os estudantes possam se familiarizar com termos pertinentes a produção e divulgação da notícia. Serão apresentados termos como: pauta; reportagem; fonte de informação; <i>lead</i>; <i>deadline</i>; foca; barriga; furo; legenda; título; gravata; olho; fotografia. Entretanto os termos serão apresentados através de um <i>quiz</i> e utilizando a plataforma <i>Kahoot</i>. O vencedor do <i>quiz</i> será premiado. Entretanto essa informação só será repassada ao final da atividade.
6º ENCONTRO 60 minutos	Conhecedores dos termos jornalísticos o sétimo encontro vai propor (em grupo) pesquisas a serem realizadas na internet e feitas em grupos. Os estudantes irão iniciar as reflexões com comparativos de notícias nos principais canais oficiais de comunicação. Deverão realizar um comparativo entre as notícias (falsas e verdadeiras). Em seguida farão um comparativo das informações proliferadas via <i>Facebook</i>, <i>WhatsApp</i> e <i>Twitter</i>, <i>Youtube</i> ou <i>Telegram</i> e outras plataformas sugeridas por eles mesmos. Para tal deverão analisar as seguintes questões: afinal quantas matérias verdadeiras e falsas encontraram? O que mais chamou a atenção nestas matérias? As fotos e os títulos das matérias são responsáveis por convencer que o conteúdo é verdadeiro? E as fontes citadas não seria um bom indicativo ? Ao término de uma hora, os estudantes deverão apresentar os dados da pesquisa comparativa. Será realizado um debate entre as equipes no sentido de apresentar o que encontraram de semelhanças e diferenças na busca pela informação. O objetivo deste encontro é decifrar

	se os estudantes conseguiram facilmente identificar as falsas notícias, quais critérios utilizaram para identificar, se ficaram mais atentos a informação, se conseguiram fazer uma análise mais crítica dos fatos divulgados.
7º e 8º ENCONTRO 60 minutos	Os estudantes discutirão entre os pares o que já analisado durante os encontros anteriores além de debaterem sobre os perigos do ecossistema da desinformação, apresentando propostas para a solução do problema. Após os debates será produzido um <i>folder</i> voltando ao público adolescente/jovens informando sobre os riscos das <i>Fake News</i> .
9º ENCONTRO 60 minutos	Será realizada uma avaliação das oficinas onde eles deverão sintetizar o que aprenderam sobre fake News (comentário, depoimento, vídeo, carta, anúncio...) com a abertura de diálogo sobre a proposta da oficina, bem como o aprendizado adquirido durante o processo. E uma confraternização <i>online</i> /presencial como finalização dos trabalhos de pesquisa. Os trabalhos deverão ser encaminhados em prazo preestabelecido via e-mail para pesquisadora. Ainda há ver a aplicação de questionário final.

Fonte: a pesquisadora.

5.4 A PARTICIPAÇÃO DOS ALUNOS

Como a proposta ainda se mantinha nas duas escolas escolhidas inicialmente, uma visita foi agendada para convidar os estudantes a participarem da pesquisa. Na Escola Estadual Zumbi dos Palmares, todas as turmas de 9º ano do Ensino Fundamental II e do 1º ano do Ensino Médio foram visitadas e convidadas. Apesar do incentivo e ajuda por parte da coordenação da instituição de ensino, apenas quatorze estudantes entre 14 e 17 anos de idade se mostraram interessados na proposta já que, por se tratar de uma área no qual os estudantes estão em situação de vulnerabilidade socioeconômica, muitos trabalham à tarde e à noite e, desta forma, não poderiam participar. O mesmo procedimento foi realizado com o Colégio Bastos Maia, só que neste caso, com alunos do 9º ano do Ensino Fundamental. Apenas cinco estudantes entre 14 e 15 anos de idade decidiram participar da pesquisa. Vale destacar que, em ambas as instituições de ensino, os professores não se sentiram motivados a fazer parte da pesquisa. A percepção foi que estavam cansados pelo uso excessivo das telas e excesso de trabalho no qual foram submetidos durante a pandemia de Covid-19.

No dia marcado para o primeiro encontro via plataforma *Zoom*, para a surpresa da pesquisadora, apenas dois estudantes do Colégio Bastos Maia adentraram ao sistema, o que inviabilizou a realização da primeira oficina e a tomada de decisão de uma nova estratégia para a coleta de dados. Embora quatorze alunos do Colégio Estadual Zumbi dos Palmares tenham mostrado interesse em participar, inclusive assinando os

documentos necessários exigidos pelo Conselho de Ética da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), nenhum compareceu.¹¹⁸

Em conversa com a orientadora, optamos então por abrir a pesquisa a grupos que não pertencessem apenas as duas instituições mencionadas anteriormente, ampliando a faixa etária entre 14 a 21 anos. Tal escolha envolveu a possibilidade de sondar como a questão da desinformação se manifestava entre jovens maiores.¹¹⁹

Ao estender o convite, além dos dois alunos de 14 anos do Colégio Bastos Maia, a pesquisa contou com jovens estudantes de outras instituições de ensino: uma estudante de 16 anos do Ensino Médio do **Colégio Estadual Presidente Abraham Lincoln**, localizado no município de Colombo (Região Metropolitana de Curitiba); um aluno do 9º ano do **Colégio Ágape** (14 anos), também do município de Colombo; uma aluna do 8º ano do **Colégio Militar do Paraná**, localizado em Curitiba; e nove alunos do Ensino Superior (com idade entre 17 e 21 anos), todos estudantes do curso de Marketing do **Centro Universitário UniOpet**, localizado na cidade de Curitiba.

A abertura para grupos distintos fez com que a pesquisadora observasse o interesse dos jovens pela temática proposta. Embora apenas dois estudantes do Colégio Bastos Maia, uma das instituições de ensino convidada inicialmente para a pesquisa tenham tido a disponibilidade de participar das oficinas, os demais (convidados aleatoriamente) decidiram contribuir de forma voluntária e expressiva, o que leva a pesquisadora a pensar (sem generalizações) que sujeitos nesta faixa etária se preocupam efetivamente em discutir a questão da desinformação e os efeitos nocivos sobre a sociedade.

A diversidade dos sujeitos pelo grau de escolaridade, a faixa etária e as fases de experiência de vida a qual cada indivíduo estava passando naquele momento, trouxeram novas e importantes reflexões para a pesquisa. Afinal um grupo diferenciado (socioeconomicamente)

¹¹⁸ Tal fato nos levou a suspeitar de alguns motivos de tal ausência a partir dos seguintes fatores: cansaço dos estudantes em relação ao uso de plataformas *online*; dificuldade de acesso à internet em casa ou até mesmo falta de equipamento adequado; falta de interesse pela temática já que a escola havia trabalhado o assunto no ano letivo de 2021. Tais percepções encontram fundamento nos dados de pesquisa divulgados pelo relatório “Síntese de Indicadores Sociais”: uma análise das condições de vida da população brasileira 2021, realizado pelo IBGE que apontou que metade dos alunos entre 15 e 17 anos, matriculados na rede pública de ensino não possuíam equipamentos ou mesmo acesso à internet para acompanhar as aulas remotas durante a pandemia. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/12/Sintese-de-Indicadores-Sociais-Uma-analise-das-condicoes-de-vida-da-populacao-brasileira-2021.pdf>. Acesso em: 14/02/2023, às 11h53.

¹¹⁹ Por outro lado, embora seja complicado trabalhar com sujeitos de idade tão diferentes, seria uma possibilidade para “testar” como limite etário da pesquisa publicada na revista científica *Lancet, Child & Adolescent Health* que amplia a idade da adolescência, considerando até os 24 anos e não apenas aos 19 anos, poderia atuar neste contexto.

tanto poderia trazer contribuições importantes e olhares diferenciados sobre a desinformação como apresentar maiores dificuldades para a análise dos dados. Foi um risco que assumimos, apesar de saber que no caso da abordagem desta pesquisa, um grupo pequeno já seria suficiente para a reflexão pretendida. Vale destacar que o interesse em participar foi espontâneo já que o convite foi efetuado pelas redes sociais e os sujeitos se prontificaram a participar, em acordo com o que preconiza o Conselho de Ética da UFSC.

Sendo assim ao final de 2021 (de forma *online*) e início 2022 (de maneira presencial), dois grupos participaram das atividades propostas pela pesquisadora. O Grupo 1, composto por cinco jovens estudante do Ensino Fundamental II e Médio, com idade entre 14 e 16 anos; e o Grupo 2, composto por nove jovens universitários com idade entre 17 e 21 anos.

O próximo capítulo terá como finalidade justamente apresentar as observações e a coleta de dados, bem como descrever as análises e conclusões da pesquisa empírica.

6. PERCEPÇÕES DE JOVENS ESTUDANTES SOBRE A DESINFORMAÇÃO: OFICINAS NA PERSPECTIVA DA MÍDIA-EDUCAÇÃO

O capítulo está dividido em dois momentos. O primeiro debruça-se sobre as competências midiáticas de jovens estudantes ao analisar dados do questionário *online*, respondido por alunos do Ensino Fundamental II, Ensino Médio e Superior, com idade entre 14 e 21 anos, pertencentes a instituições públicas e privadas da cidade de Curitiba e Região Metropolitana. Baseado no Quadro Europeu de Competências Digitais (DigComp) as perguntas buscam responder como os jovens compreendem a literacia de informação de dados, como se dá a construção/criação colaborativa de conteúdos nas redes e quais os procedimentos esses sujeitos adotam para garantir a segurança digital. A segunda parte deste capítulo corresponde as oficinas *online* realizadas em 2021 e presencial em 2022, com objetivo de entender como os jovens recebem, produzem, analisam e compartilham conteúdos num contexto de tanta desinformação. A análise das oficinas se dará em três eixos: percepções sobre desinformação; apropriação dos conteúdos, checagem e reconhecimento; confiabilidade e o compartilhamento de dados recebidos/produzidos.

6.1 PERFIL MIDIÁTICO DE JOVENS ESTUDANTES

O perfil do grupo foi construído a partir da aplicação de um questionário de pesquisa. Elaborado com base no Quadro Europeu de Competências Digitais, também denominado DigComp, cuja última versão é datada de 2017. A partir das respostas do questionário, buscamos identificar o perfil do grupo com pistas de algumas aproximações às competências midiáticas e digitais. O questionário foi aplicado via *Google forms* aos estudantes entre 14 e 21 anos do último ano do Ensino Fundamental II, do Ensino Médio e do Ensino Superior. As perguntas elaboradas são abertas e de múltipla escolha (RM), padrão matriz e no padrão de Net Promoter Score (NPS). Ao todo foram 25 questões que buscaram analisar as competências de: literacia de informação e dados; comunicação e colaboração; criação de conteúdo digital; segurança; e resolução de problemas.

Os resultados obtidos com a aplicação do questionário nas oficinas *online* e presencial foram importantes para uma observação inicial de como o mundo dos *media* vem dialogando com o cotidiano dos jovens estudantes e como estes vêm dialogando com o mundo dos *media*.

A interpretação inicial dos dados do questionário foi revisitada, em alguns momentos, durante a análise das oficinas que tratam a temática da **desinformação**. Essa movimentação propiciou à pesquisadora escolher situações importantes para um diálogo entre a prática e a teoria, configurando discussões com a realidade experienciada e revelada pelo público-alvo.

As respostas dadas permitem traçar um breve perfil dos participantes e identificar algumas áreas de competências digitais:

- a) Dos doze participantes que responderam à pesquisa, 7 se identificaram como sendo do gênero feminino e 5 do gênero masculino.
- b) Todos os participantes da pesquisa têm acesso a equipamentos de informática (todos os doze possuem celular e onze possuem computador); Todos têm acesso à rede "*Wireless Fidelity*" (*WI-FI*) e cinco possuem conta pré-paga;
- c) A internet foi apontada como fonte de conhecimento por todos os participantes, que afirmaram utilizar a internet para pesquisas escolares; sete também utilizam livros didáticos para esses fins; todos acessam a rede diariamente; dez afirmam usar a internet para diversão; dez acessam a internet de casa e dois do ambiente de trabalho. **O curioso é que ninguém citou durante a pesquisa que acessa a internet quando está na escola/faculdade.**
- d) As redes sociais e sites de notícias lideram quando o assunto é informação e a televisão segue em segundo.

Os dados sugerem que apesar da desigualdade digital alarmante no Brasil, todos os participantes responderam ter **acesso aos equipamentos** tecnológicos e às rede. Talvez isso se explique pelo fato de Curitiba e Região Metropolitana, terem o maior Produto Interno Bruto (PIB)¹²⁰ entre as cidades da Região Sul do país. Portanto, a realidade deste grupo é diferente da maioria dos jovens brasileiros.

Vale ressaltar que segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2020, o salário médio mensal do curitibano era de 3.7 salários-mínimos¹²¹. Muito diferente da renda *per capita* da média brasileira que, em 2022, caiu para R\$ 1.352, a menor

¹²⁰ Ver: **Mesmo com pandemia, Curitiba é a cidade com maior PIB do Sul do País, diz IBGE**. Disponível em: encurtador.com.br/stxLS. Acesso em: 23/02/2023, às 12h.

¹²¹ Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/panorama>. Acesso em: 23/02/2023, às 14h32.

dos últimos dez anos, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua)¹²². Pesquisas do IBGE ainda apontam que ¼ de toda a riqueza brasileira está concentrada em apenas oito municípios brasileiros, revelando a profundidade da desigualdade no país, algo que pode se refletir também ao acesso e ao consumo digital promovendo um processo de exclusão que atinge os jovens.

Sobre o **acesso à rede** que, segundo os jovens estudantes é realizado diariamente, na maioria das vezes de casa, chama atenção que a escola nem é mencionada como ambiente de acesso à internet. Tal aspecto referenda diversos estudos da Educação e Comunicação citados no decorrer deste trabalho evidenciando que “as novas gerações falam uma língua bem diferente daquela que servia para comunicar os que se educaram tendo a escola como seu principal meio de socialização e a “cultura letrada” como seu horizonte universal”. (SIBILIA, 2012, p. 207).

Embora haja lógicas diferentes entre o sistema educacional e o comunicacional e barreiras a serem transpostas pelo caminho, fato é que hoje as mídias “não só asseguram formas de socialização e transmissão simbólica, mas também participam como elementos importantes da nossa prática sociocultural na construção de significados da nossa inteligibilidade do mundo” (FANTIN, 2011, p. 28). Portanto, a educação e seus responsáveis (governantes, educadores, sociedade) não podem desconsiderar que “esta juventude escreve e opina e, acima de tudo, traz à pauta de discussão problemas enfrentados neste século”. (PRETTO, 2014, p. 347).

Os dados sobre os **canais de informação** utilizados e o interesse pela notícia revelam que a maioria dos participantes da pesquisa utiliza as redes sociais e os sites para saber o que está acontecendo no mundo. Confirma-se assim a importância e a ligação destes sujeitos com o uso da internet/rede no cotidiano, o que torna fundamental a mediação para “ajudar os jovens a navegar em segurança na vida pública” (BOYD, 2014, p. 42). E, sobretudo, para que aprendam a não cair nas armadilhas das grandes corporações de mídia digital que hoje fazem os usuários acreditarem que distribuem de forma gratuidade a informação, sem deixar explícito que são os próprios usuários da rede a “mercadoria final” (BUCCI, 2019, p. 64).

Buckingham (2012) alerta sobre a necessidade da aprendizagem da linguagem midiática e da preparação de sujeitos para que saibam avaliar as informações. Neste sentido, definir “a

¹²² Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=destaques>. Acesso em: 23/02/2023, às 14h45.

geração digital” (ibidem, 2012, p. 45), como automaticamente hábil no manuseio das ferramentas ou letrada midiaticamente é um risco, pois, ignora-se as desigualdades e experiências dos jovens que querem ser e estar em público (BOYD, 2014) e que encontram nas tecnologias seu modo de expressar-se e manifestar suas práticas de cidadania. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 120)

Portanto, uma educação midiática deveria fazer parte do cotidiano das escolas e dos currículos bem como as discussões sobre o impacto das mídias digitais na sociedade. Isso também contribuiria para revitalizar o papel da escola na formação e no desenvolvimento de competências daqueles que não só serão o futuro, mas que já fazem parte deste mesmo futuro.

6.1.1 Jovens e a desinformação

As perguntas do questionário *online* também contemplaram a análise de como (inicialmente) os jovens estudantes reconheciam e compreendiam o fenômeno da desinformação, como costumavam avaliar o conteúdo, se confiam ou não nas fontes oficiais de informação ou mesmo de que forma compartilhavam uma notícia tendo os cuidados necessários para não disseminar a desinformação pela rede e até mesmo entre os seus pares.

O uso de quadros (conforme apresentado abaixo) foi escolhido pela pesquisadora para mostrar os dados dos participantes da pesquisa de modo a propiciar maior visibilidade e melhor compreensão. O quadro 1 se refere à **forma como recebem uma informação que chama atenção e à maneira que costumam avaliar o conteúdo.**

QUADRO 1: Reflexões sobre a informação e avaliação de conteúdo.

PERGUNTAS	Quando recebo uma informação que considero importante leio tudo o que diz o texto antes de formar minha opinião.	Quando recebo um assunto do meu interesse checo as informações já que nunca confio plenamente no que está escrito.	Quando recebo um assunto do meu interesse compartilho imediatamente e não me preocupo em checar se a informação é verdadeira ou falsa.
Concordo plenamente	9	6	0
Concordo	2	5	1
Discordo Plenamente	0	0	8
Discordo	0	0	2

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*.

Pelas respostas dadas pelos jovens estudantes percebe-se uma preocupação referente a checagem de dados, bem como uma percepção de que é necessário ler o conteúdo por completo, comparar informações e, somente depois formar uma opinião sobre determinado assunto. Em relação ao compartilhamento apenas um único participante afirmou que compartilha imediatamente a informação deixando de verificar se é verdadeira/falsa.

O quadro 2 aponta para o grau de confiabilidade que jovens estudantes tinham em relação a mídia (tradicional/digital e os assuntos por ela divulgados. A questão solicitava para **apontar o grau de confiabilidade das diferentes mídias quando o assunto era INFORMAÇÃO.**

QUADRO 2: Grau de confiabilidade das mídias (tradicional e digital).

Mídias	Televisão	Rádio	Jornal	Facebook	Instagram	Twitter	Whats	Sites
Inconfiável	1	1	1	3	1	2	4	1
Pouco confiável	2	4	2	8	10	8	7	2
Confiável	5	6	7	0		1		8
Muito confiável	3	0	1	0				

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*.

Os dados chamaram a atenção da pesquisadora já que as mídias tradicionais foram apontadas (em sua maioria) como **confiáveis** ou **muito confiáveis enquanto** as mídias digitais, que os jovens estudantes tinham contato diário, conforme as respostas dadas por eles mesmos durante a aplicação do questionário, foram vistas com desconfiança. *Facebook, Instagram, Twitter e WhatSapp* foram vistos pela maioria dos participantes da pesquisa como **inconfiáveis** ou **pouco confiáveis**. Somente os *sites* foram avaliados de forma positiva, sendo considerado por oito participantes como confiável.

O quadro 3 **demonstra como os jovens estudantes compartilham os conteúdos na rede**. Neste quesito os questionamentos buscaram verificar se havia preocupação não só com o conteúdo da informação replicada ou repostada pela rede, como também se as atenções se voltavam a outros artifícios utilizados por “produtores de desinformação”, tais como: fotos; títulos de efeito; produção de *deepfakes*; e textos construídos e propagados fora de contexto. Também identifica se os jovens tinham consciência sobre a responsabilização caso uma

informação inverídica sobre uma pessoa causasse danos irreversíveis à sua imagem perante a sociedade. Neste sentido, a questão versava sobre **o que costumam compartilhar na rede**:

QUADRO 3: Reflexões sobre o compartilhamento na rede.

PERGUNTAS	Não me importo com o tipo de fotografia, frase, vídeo ou texto. O importante é que seja engraçado e que as pessoas comentem e deem likes nas minhas postagens.	Costumo fazer uma análise criteriosa antes de postar qualquer informação. Afinal posso denegrir a imagem de alguém ou de alguma instituição.	Antes de compartilhar procuro verificar se a informação saiu em algum órgão oficial ou veículo de comunicação. Não quero ser responsável por algo que seja mentira.	Penso nas pessoas e instituições envolvidas antes de postar qualquer tipo de informação. Reconheço que a internet deve ser utilizada com responsabilidade
Concordo plenamente	1	6	7	7
Concordo	1	3	3	3
Discordo Plenamente	5	0	0	0
Discordo	4	2	1	1

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*.

As respostas também mostraram uma certa preocupação tanto em relação aos artifícios utilizados na produção de conteúdos falsos, quanto na responsabilidade por compartilhamento de informações que não fossem verídicas. Entretanto, quatro dos entrevistados assumiram não se importar com o conteúdo, desde que fosse **engraçado** e **recebesse likes** em suas postagens. Outros dois se mostraram despreocupados em relação à possibilidade de denegrir a imagem de alguma pessoa ou instituição em decorrência do compartilhamento de falsas informações.

Quanto às questões sobre a **desinformação** e a percepção dos jovens (quadro 4) sobre a temática, surgiram as seguintes respostas:

QUADRO 4: Questões sobre **desinformação**

Onze participantes informaram que já receberam uma <i>Fake News</i> ;
Ao receberem a <i>Fake News</i> oito participantes da pesquisa disseram que desconfiaram da mensagem e procuraram outras fontes de informação para se certificar se o assunto era verdadeiro ou não;
Dois afirmaram ter checado a informação e ainda entrado em contato com outras pessoas para que, se recebessem o mesmo material, ficassem atentas e não repassassem a mensagem;
Um assumiu acreditar na informação de imediato e não se preocupou em checar os fatos, no entanto, preferiu não repassar a informação para ninguém;

Apenas um disse nunca ter recebido uma <i>Fake News</i> ;
Ao serem questionados sobre se conseguiam identificar uma <i>Fake News</i> os jovens estudantes disseram que: Talvez (7); Sim (4); e Não (1);
Sobre as informações propagadas pelas redes dez jovens estudantes que responderam ao questionário afirmam que conseguem fazer a leitura crítica dos meios e ainda identificar o que havia por trás da informação e dois disseram que sabiam identificar o que era verdadeiro ou falso ;
Indagados sobre o conhecimento em relação às empresas que utilizam dados postados nas redes sociais identificando hábitos, gostos e preferências e que a desinformação é baseada justamente nas características divulgadas pelos próprios usuários, questionou-se se os jovens estudantes tinham o hábito de proteger seus dados. Foram obtidas as seguintes respostas: 7 (sim); 4 (não); e 1 (algumas vezes).

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*.

QUADRO 5: Proteção de dados.

“Não costumo informar os meus dados em sites e verifico as informações que recebo”
“Deixo tudo bloqueado nas minhas redes sociais”
“Não posto dados pessoais, íntimos e familiares”
“Eu bloqueio as <i>tags</i> que considero pertinente para tal, tomo cuidado com o que curto, comento ou posto”
“Não ligo para isso”
“Não acho necessário”
“Não faço”

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*.

Em relação a como fazem a proteção dos dados, foram obtidas as seguintes respostas:

A questão sobre como os jovens estudantes reconheciam as fontes de informação oficiais, solicitava para **apontarem o grau de confiabilidade das fontes de informação normalmente consultadas quando o assunto era *FAKE NEWS***.

QUADRO 6: Grau de confiabilidade de fontes de informação oficial

Fontes	Meios de Comunicação de Massa (jornal, revista, televisão, rádio)	Veículos de comunicação governamentais (federal, estadual e municipal)	Instituições e entidades de classe	Institutos de pesquisa
Inconfiável	2	0	1	1
Pouco confiável	1	3	0	3

Confiável	6	5	5	4
Muito confiável	2	3	5	3

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*

As respostas demonstram a confiabilidade dos jovens em relação às fontes oficiais de informação. Até mesmo os veículos de comunicação governamental foram vistos como confiáveis ou muito confiáveis. Os institutos de pesquisa foram considerados pouco confiáveis, segundo a visão deles. Entretanto, ficou claro que os sujeitos da pesquisa reconhecem a importância e o papel de órgãos oficiais e profissionais capacitados no processo de disseminação e distribuição de conteúdo verídico à sociedade.

Sobre o **desenvolvimento de conteúdo digital, o domínio das ferramentas digitais** e como os jovens estudantes **se reconhecem nas redes**, os dados que integram o quadro 7 mostram que:

QUADRO 7: Questões sobre desenvolvimento e conteúdo digital

Sete desenvolvem conteúdo digital e as ferramentas mais utilizadas para produção são: <i>Instagram; TikTok; Twitter; e Facebook.</i>
Em relação aos objetivos para produção de conteúdos era possível escolher mais de uma resposta: 7 (para a própria diversão); 5 (para diversão dos outros); 5 (para melhorar o entendimento sobre determinado assunto); 4 (contribuir como jovem protagonista); 3 (para receber <i>likes</i>); apenas 2 para se tornar famoso.
Em relação aos temas produzidos foram citados: palestras; jogos; fotografia; e novas leis aprovadas. Sobre a checagem da informação disponibilizada pelo conteúdo digital os jovens estudantes informaram que: procuram por fontes oficiais (meios de comunicação de massa, instituto de pesquisa, órgãos governamentais, etc) antes de produzir o material (5); e não se preocupam com isso e produzem o material acreditando não haver dados errados (1)
Em relação ao domínio das mídias digitais (ferramentas e análise crítica de conteúdo) os adolescentes se consideraram: jovens que dominavam parcialmente as tecnologias e precisavam de auxílio para navegar em alguns sites ou utilizar programas (9); e 3 que afirmavam dominar totalmente as tecnologias.

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário *online*.

6.2 IMPRESSÕES SOBRE ALGUMAS COMPETÊNCIAS MIDIÁTICAS

Listamos alguns elementos importantes no momento da análise das respostas do questionário para maior entendimento sobre o cotidiano dos jovens em rede e para compreender as competências midiáticas por eles apresentadas a partir dos processos de interação com seus pares, produção de conteúdo, compartilhamento, linguagem e estética, além do domínio das ferramentas tecnológicas. Como vimos no decorrer do trabalho, as competências são entendidas por uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes, sendo a competência midiática

um instrumento do desenvolvimento da autonomia pessoal e um compromisso social e cultural. (FÉRRES & PISCITELLI, 2015).

No contexto da cultura participativa, na qual os sujeitos se tornaram *prosumers*, ou seja, não apenas consomem a mensagem, mas a produzem e disseminam, a competência midiática também se manifesta no espírito crítico e estético, mostrando os caminhos para o entendimento sobre as mensagens produzidas e divulgadas por si e pelos outros. À mídia-educação cabe não apenas preparar cidadãos para lerem ou escreverem nas plataformas midiáticas, mas para que saibam se envolver e compreender a natureza conectada da vida contemporânea, pois “aprender a linguagem da tela, das tecnologias da interrupção chega a ser tão necessário como a alfabetização relacionada com a leitura e a escritura verbais” (PÉREZ-GÓMEZ, 2015, p. 2).

6.2.1 Literacia de informação e de dados

Os jovens estudantes participantes da pesquisa mostraram compreender o papel que as Tecnologias da Informação e da Comunicação desempenham na sociedade contemporânea. Também estão cientes sobre os possíveis efeitos e impactos na vida profissional e pessoal, tanto de cidadãos comuns quanto de instituições/empresas/governos, causado pela disseminação de fatos inverídicos. Sendo assim, a checagem de dados e de fontes de informação do que recebem e compartilham nas redes é uma prática e preocupação comum entre a maioria dos participantes da pesquisa. Os jovens ainda se mostraram autoavaliadores críticos do próprio consumo midiático e apresentaram capacidade parcial em manusear as ferramentas tecnológicas visando alcançar seus objetivos comunicativos. Entretanto, reconheceram que ainda precisam de um orientador para guiá-los pelo universo digital no que tange à análise e produção de conteúdo.

6.2.2 Em relação a comunicação e colaboração

A necessidade de interação entre os pares, aliada à oportunidade de convivência com diversos públicos em rede foram demonstrados nos dados da pesquisa. Mesmo que utilizem a internet para estudar, o divertimento e a possibilidade da partilha entre os amigos era foco principal dos jovens estudantes ao acessarem todos os dias a internet. Memes, fotos, músicas e vídeos, materiais selecionados minuciosamente e, de preferência com conteúdos

engraçados, foram postados com frequência visando não só divertir a eles mesmos como também seus pares e “suas audiências”. Percebe-se que ao se exporem e se aventurarem em público, encontraram um espaço de fala e produção autônoma, iniciativas muitas vezes vigiadas e proibidas pelos pais e, principalmente pela própria escola que ainda demonstra sentir dificuldade em incorporar a cultura digital em suas práticas.

6.2.3 Em relação à criação de conteúdo digital

Os jovens participantes da pesquisa tinham o hábito de criar conteúdo digital e para isso utilizavam com mais frequência as ferramentas comunicacionais que estavam em evidência no momento (*Instagram e Tik Tok*). Percebe-se uma preocupação em relação à produção de conteúdo, já que os jovens afirmaram consultar dados de fontes oficiais para a elaboração do material. Normalmente a produção estava associada aos estudos/vida profissional e ao divertimento. O que mais chamou a atenção neste quesito é que uma minoria criava o conteúdo digital no sentido de receber *likes* ou mesmo “se tornar famoso”. Em sua maioria, os entrevistados afirmaram que ao criarem conteúdos, almejaram diversão, entendimento sobre determinado assunto e contribuir como jovens protagonistas para a sociedade.

6.2.4 Em relação à segurança

A maioria dos jovens estudantes se mostrou capaz e preocupado em garantir a segurança dos dispositivos e dados fornecidos pelas redes. Eles ainda afirmaram ter a capacidade de compreensão sobre os *algoritmos* que buscavam atingir de forma rápida e viral determinados públicos, escolhidos por meio da análise de dados (PRADO, 2022, p. 27). Os jovens também se mostraram preparados para manejar suas identidades *offline* ao afirmarem ter uma atitude responsável diante do controle de dados privados.

Após as discussões e análises sobre o perfil e algumas competências midiáticas mencionadas pelos participantes da pesquisa, a seguir apresentaremos a temática da **desinformação** sob os olhares dos jovens a partir dos eixos de análise: 1. Percepções/Impressões; 2. Apropriação dos conteúdos (checagem/reconhecimento); 3. Confiabilidade e compartilhamento (de dados produzidos/recebidos) por jovens pelas redes.

6.3 RESSIGNIFICAÇÕES JUVENIS SOBRE DESINFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO

Após a descrição do perfil do grupo, esta segunda parte do capítulo vai descrever e analisar como os jovens estudantes participantes das oficinas *online* e presencial desta pesquisa compreendem o universo da (des)informação, os cuidados e riscos que assumem quando surfam “ininterruptamente no caos das informações” (SIBILIA, 2012, p. 87), num mundo digital de deslocamento rápido e em ambientes sociais diferentes que causam a impressão de presença em múltiplos locais. (BOYD, 2014, p. 60)

Os relatos e experiências narrados pelos jovens, com idade entre 14 e 21 anos, durante a pesquisa empírica, pretendem dar visibilidade às suas interpretações em relação ao fenômeno da desinformação e suas práticas midiáticas ao se conectarem *on* e *offline*.

Os eixos de análises das oficinas envolvem as competências digitais propostas pela DigComp a partir do seguinte recorte: percepções sobre desinformação; apropriação dos conteúdos, checagem e reconhecimento; confiabilidade e compartilhamento de dados recebidos/produzidos por jovens estudantes. As análises pretendem compreender as práticas midiáticas e culturais dos jovens na perspectiva de encontrar elementos para um diálogo com a mídia-educação.

As oficinas foram realizadas em dois momentos:

A primeira oficina foi *online*, com a participação de jovens estudantes entre 14 e 16 anos, aconteceu entre os dias 03/11/2021 e 04/12/2021, sendo realizada no período de contraturno, pela plataforma *Zoom* em nove encontros de sessenta minutos cada, para evitar o cansaço das aulas remotas, o “*Zoom Fadigue*”. Ou seja, por considerar o esgotamento provocado por excesso de videoconferências durante a pandemia de Covid-19, como apontam estudos realizados por Fosslien & Duffy (2020), Kim & Asbury (2020), Bailenson (2021) e Willian (2021).

A oficina presencial, com a participação de jovens estudantes entre 17 e 21 anos, aconteceu nos dias 28 e 29/03/2022, com a turma do curso de Marketing, de um Instituto de Ensino Superior (IES). Embora com número menor de encontros, a oficina manteve as propostas da oficina *online*, sendo que os trabalhos presenciais envolveram oito horas de discussões, e nove horas com atividades desenvolvidas na plataforma *Zoom*.

Para análise de dados de ambas as oficinas (*online* e presencial) foi levado em consideração a singularidade de cada grupo, utilizando situações significativas através da participação nas discussões, nos exercícios, nos diálogos propostos e nas conversas

espontâneas. Foram respeitadas as narrativas e olhares dos jovens estudantes num exercício de compreensão das interações humanas em rede, reconhecendo que o universo humano não é absolutamente exato e, que, portanto, não se buscam “provas” para chegar à “verdade”, mas evidências que possam sugerir uma conclusão. (SÁ-MARTINO, 2018, pp. 30-31). No entanto, como as narrativas trabalham num plano de representação e “narrar um fato é uma maneira de dar existência ao mundo”. (SÁ MARTINO, 2018, p. 169), refletimos que o universo da desinformação também dá existência a outros mundos.

Nesse sentido, a plataforma *Zoom* se tornou essencial no processo inicial de coleta de dados por dois motivos: permitiu a realização da pesquisa mesmo num momento de emergência sanitária; propiciou o uso de recursos importantes, tais como: reprodução de áudio e vídeo; gravação dos encontros; participação em exercícios propostos pela pesquisadora; e a possibilidade de dividir os participantes em salas remotas para discussões sobre a temática.

Vale ressaltar que as atividades foram realizadas de forma autônoma pelos participantes e sem interferência da pesquisadora que atuou como coordenadora da oficina, observadora e mediadora do processo, que por sua vez, foi registrado no Diário de Campo.

Algumas ferramentas utilizadas dialogaram com propostas de metodologias ativas e, também foram um artifício da pesquisadora para estimular uma participação colaborativa. A diferença não são os aplicativos utilizados, mas a busca por uma mente aberta e criativa, capaz de encantar, fazer sonhar e inspirar, diz Moran (2017). Sendo assim, na experiência de utilizarem aplicativos durante as oficinas, os estudantes puderam vivenciar e experimentar múltiplas ferramentas transformando o espaço da pesquisa em produção, debate, apresentação, síntese e experimentação em várias interações presenciais e *online*.

As oficinas contemplaram propostas com diversas ferramentas, plataformas e aplicativos: *Kahoot*, *Mentimeter*, *Garticphone*, *Canva* e *Jambord*¹²³ todos na versão

¹²³ *Kahoot* é uma plataforma digital baseada na aprendizagem através de jogos. Os testes de múltipla escolha permitem a interação e a participação de grupos maiores. (<https://kahoot.com/>); *Mentimeter* é um aplicativo utilizado para criar apresentações e dar *feedback* em tempo real. (<https://www.mentimeter.com/pt-BR>); *Garticphone* é um jogo de adivinhações através da elaboração de desenhos e frases curtas. (<https://garticphone.com/pt>); *Canva* é uma plataforma de *design* gráfico que permite a criação de apresentações, infográficos, pôsteres e conteúdos visuais. (https://www.canva.com/pt_br/); *Jambord* é um quadro interativo desenvolvido pelo Google que permite a colaboração *online*. (<https://jamboard.google.com/>)

gratuita e com acesso tanto via celulares, quanto computadores/*tablets/notebooks*, facilitando, assim, a participação dos estudantes em todo o processo. Vale destacar que boa parte dos estudantes que participaram da oficina conheciam tais ferramentas devido ao seu uso durante as aulas remotas.

Durante os encontros *online*, a maioria do grupo não se mostrou muito à vontade em abrir a câmera e em certos momentos foram reticentes nas respostas num primeiro momento, pois estavam se adaptando com a temática, com a pesquisadora, com a metodologia adotada pela oficina e com os próprios colegas. Entretanto, de forma *online* ou presencial ficou claro que atividades práticas chamam mais a atenção dos participantes, pois ao serem instigados durante as discussões, alguns abriram suas câmeras, e seus leques de opiniões e respostas.

6.4 PERCEPÇÕES E REPRESENTAÇÕES SOBRE *FAKE NEWS*

A primeira análise buscou definir qual a relação dos jovens estudantes com a informação. Três imagens, relacionadas diretamente a **sociedade, tecnologia e informação** foram apresentadas.

Figura 5: Análise de imagens

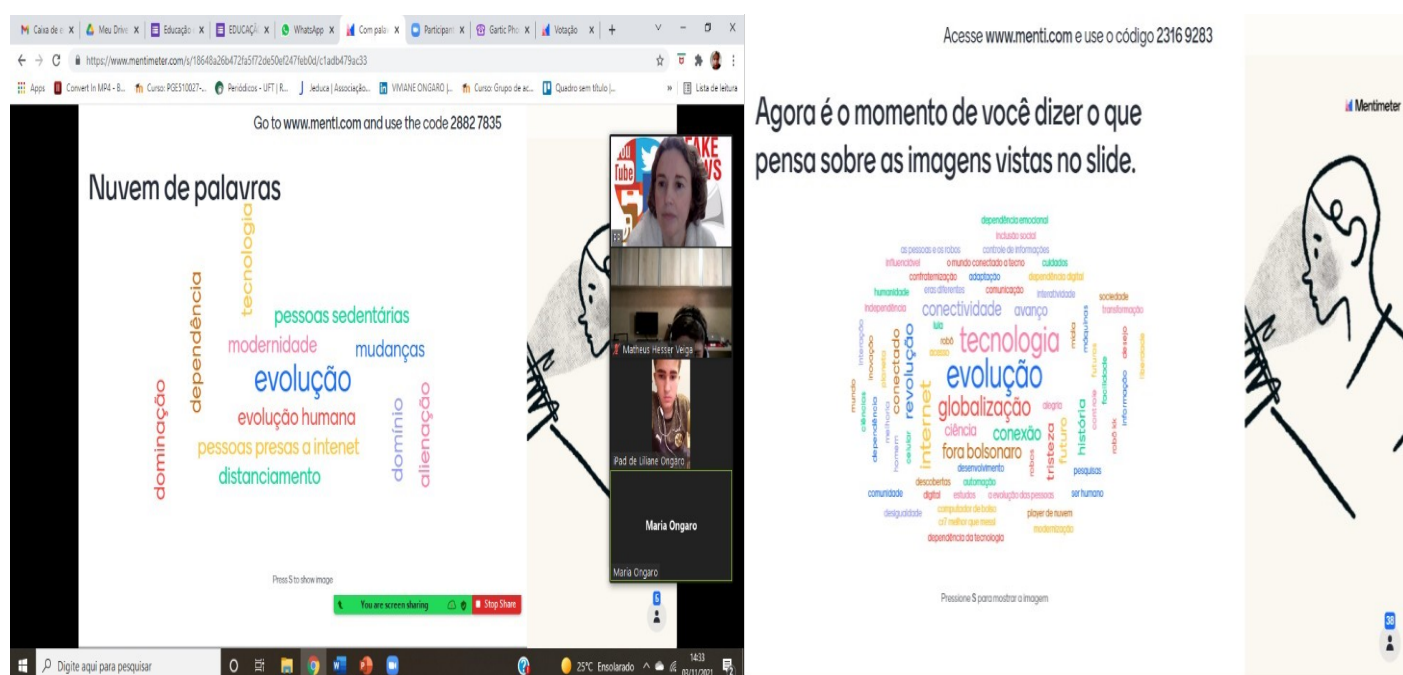
Queremos ouvir a sua opinião, mas primeiro observe as imagens abaixo



Fonte: Imagens retiradas do *google*

Numa sessão de *brainstorming* e utilizando a ferramenta *mentimeter*, os jovens criaram uma nuvem de palavras mostrando como definiam as imagens apresentadas no início da oficina. Vale ressaltar que o mesmo artifício da nuvem de palavras foi utilizado tanto na oficina *online* quanto na presencial. No caso da oficina presencial foi disponibilizado o *link* e o *QRCode* sendo que os resultados também puderam ser apresentados em tempo real. Em ambos os momentos, houve discussões sobre as respostas dadas pelos participantes.

Figura 6. Nuvem de palavras



Fonte: Acervo da pesquisadora.

Entre os alunos que participaram do encontro de forma presencial, a maioria não conhecia ou não sabia como fazer uma nuvem de palavras. Inicialmente ficaram curiosos e surpresos com a atividade. No momento que a pesquisadora apresentou as imagens a serem analisadas, antes do preenchimento da nuvem, vários comentários surgiram, e entre eles, como a evolução humana e a tecnologia vêm influenciando a sociedade contemporânea.

Já os estudantes que participaram das oficinas *online* tinham certa familiaridade com essas ferramentas, pois a usavam em sala de aula remota. Entretanto, percebeu-se que eles se divertiam ao utilizá-las durante a oficina, o que quebrou as primeiras barreiras de contato, pois desde o início os alunos demonstraram cansaço em relação ao uso das telas.

O curioso é que durante a atividade de nuvem os jovens não queriam apenas colocar uma única palavra, mas várias. Sendo assim, foi institucionalizada uma outra categorização

distribuída entre: **tecnologia**; **emocional**; **sociedade**; e **protesto**. Surgiram as seguintes palavras:

- **TECNOLOGIA:** Conectividade; tecnologia, evolução; ciência; robô; controle de informações; conexão; interatividade; internet; dependência digital; computador de bolso; player de nuvens; automação; celular; modernização; inovação; acesso; máquinas; mudanças.
- **EMOCIONAL:** Dependência emocional; cuidados; tristeza; cuidados; desejo; influenciável; alegria; controle; alienação; domínio; dominação; sedentarismo; pessoas presas à internet.
- **SOCIEDADE:** história; facilidade; humanidade; futuro; desigualdade; adaptação; evolução das pessoas; eras diferentes; comunicação; liberdade; descobertas; comunidade; independência/dependência; globalização.
- **DE PROTESTO:** Fora Bolsonaro; CR 7 é melhor que Messi.

As palavras escolhidas demonstraram o quanto este público conseguiu identificar os benefícios e também os “malefícios” provenientes do mundo tecnológico e do uso da internet no cotidiano. Mesmo reconhecendo a evolução da humanidade e a necessidade da presença de máquinas e aparatos para a sobrevivência em sociedade e, principalmente para garantia de uma melhor qualidade de vida, os jovens apontaram que este cenário é irreversível e causa certa dependência e alienação.

Durante as discussões sobre as palavras escolhidas, mesmo não tendo conseguido especificar qual o grupo mais propenso a gastar boa parte do tempo na internet (crianças, jovens ou adultos), os participantes da pesquisa concluíram que as redes não são a única forma de convivência já que, segundo os jovens, o contato presencial ainda é importante. Entretanto, não deixaram de citar que o uso da tecnologia no período de pandemia de Covid-19 foi crucial e fez com que atividades básicas pudessem ser efetuadas mesmo com o isolamento obrigatório.

Alguns depoimentos ilustram as observações aqui pontuadas.

Escolhi **alienação** já que as pessoas passam boa parte do tempo no celular e não fazem mais nada da vida. Às vezes não é nem porque querem. É por conta do trabalho mesmo.

Mas deixam de fazer outras coisas para ficar no computador, no celular. Escolhi **domínio** já que tudo o que você faz hoje em dia é pela internet. Você compra comida, faz supermercado, tudo pela internet. Então hoje você viver sem a tecnologia é quase impossível. Já **evolução** eu coloquei por conta da evolução das pessoas. Chegamos a um ponto de que as pessoas não precisam fazer quase nada, por exemplo, quando robôs são programados até mesmo para ligar a luz da casa". (B, 14 anos)

"Coloquei **dominação, dependência, evolução e mudanças**. Dominação porque a internet e a tecnologia estão em todo o lugar. Mesmo que às vezes ela não seja ruim a gente pode falar que ela tem um domínio na nossa sociedade. Todas as pessoas dependem da internet. Isso ficou claro na pandemia. Também coloquei evolução já que antes conseguimos fazer fogo batendo duas pedrinhas e agora conseguimos nos comunicar com pessoas de vários locais. A humanidade evoluiu. E coloquei mudanças já que se pegarmos uma década para trás tudo está diferente só que agora isso é ainda mais rápido". MV, 14 anos.

"Coloquei as palavras **pessoas sedentárias, evolução e, também presas a internet**. As pessoas ficam muito no computador sentadas e acham que necessitam da internet ficando presas. E tendo o WhatsApp conversam menos pessoalmente. Em relação a escolha da palavra evolução penso na evolução das pessoas através dos tempos e, por isso, escolhi essa palavra".

M, 14 anos.

Dentre as palavras listadas pelos jovens, algumas demonstram a percepção da comunicação no decorrer da história, dos aparatos tecnológicos e das mídias digitais na vida desta geração, cujas linguagens são marcadas por sonoridades, fragmentações e velocidades presentes em espaços nos quais os jovens buscam seus ritmos e seus idiomas, tal como sugere Martín-Barbero (2014).

Ao citarem **coletividade, interatividade, liberdade e independência** referendam o que já foi apontado no capítulo 4, sobre a necessidade de pertença, protagonismo, autonomia, consumo e produção de conteúdo, e de garantia de espaço no universo da cultura digital, baseado na *intermedialidade*, na *portabilidade*, (FANTIN & RIVOLTELLA, 2013). Entretanto, ao se reportarem as palavras **liberdade** e a **independência** assumem o desejo de estar e ser em rede, na busca incessante de encontrar um lugar na sociedade. E, para isso, tanto precisam publicar seus pensamentos em espaços públicos das redes sociais como criar espaços privados. (BOYD, 2014, p. 73)

No entanto, liberdade e independência nas redes requer uma capacidade de pensar, viver e agir, e outras competências que devem ser desenvolvidas no âmbito escolar com objetivo de formar indivíduos que possam transitar pelo mundo das redes de forma consciente e responsável por seus próprios atos. E isso implica a necessidade de desenvolver “habilidades, atitudes, valores e emoções que são necessários para conviver em contextos sociais, heterogêneos, variáveis, incertos e saturados de informações”. (PÉREZ- GÓMEZ, 2015, p. 29)

Mesmo almejando a independência e a liberdade, os jovens destacaram palavras que apontam para aspectos complexos das redes, como **controle de informações, dominação**, e outros de riscos e até mesmo prejudiciais, como **dependência digital e emocional**. As palavras escolhidas pelos participantes da pesquisa trazem à discussão elementos que já haviam sido apontados no perfil do grupo a partir da análise de dados do questionário inicial: indagados sobre algoritmos e seu uso indevido por empresas, ideologias, políticos, influenciadores, formadores de opinião e pessoas mal-intencionadas, os jovens estudantes garantem reconhecer tais práticas e até mesmo se defender quando evitam emitir ou publicar certos dados nas redes.

Fato é que as práticas não se limitam apenas a conquistar novos consumidores e movimentar a publicidade, mas, sobretudo, promovem e constroem discursos – por vezes camuflados nas técnicas do jornalismo - que podem levar ao descrédito da verdade factual, tornando-se uma mola propulsora da desinformação, da enganação, do discurso de ódio, do confronto e da ameaça à democracia.

No rol de palavras apresentadas pelos jovens estudantes destacam-se ainda **desigualdade e futuro**. Neste sentido, percebe-se que os jovens estão atentos não só as desigualdades socioeconômicas que persistem ao longo da história do país, mas que também se preocupam com o abismo digital evidenciado na pandemia, que inclui a falta de **acesso de qualidade, infraestrutura, conhecimento e mediação**, o que faz aumentar a exclusão social, a incomunicação e as dificuldades de apropriação do saber. Problemas estes que podem ser minimizados com políticas públicas governamentais, como apontado por Barreto Junior & Rodrigues (2012), com projetos de inclusão sugeridos por Alonso & Ferneda & Santana (2010) e por investimentos de infraestrutura que contemplem as realidades socioeconômicas de cada região do país, como sinaliza Araújo, & Mattos (2018).

6.4.1 O que é desinformação

Como visto no capítulo 3, trabalhos de autores como Recuero & Gruzd (2018), Tandoc Jr & Wei & Ling (2018), Bucci (2019) e Rais (2020) mostram que a expressão popularmente conhecida como *Fake News* (notícias falsas) é passível de discussão e insuficiente para explicar o fenômeno acerca da “crise da verdade factual” nas sociedades contemporâneas. (BUCCI, 2019, p. 9). Hoje, o conceito *Fake News* está desprendido do jornalismo, aparecendo em outras formas de comunicação (CARVALHO, 2019, p. 29) e utilizando (de maneira mascarada) o formato dos produtos jornalísticos na tentativa de enganar as pessoas, num movimento de falsa confiabilidade da informação.

Teorias da conspiração, movimentos negacionistas, falsos dados sobre pesquisas científicas, a guerra contra as vacinas podem parecer absurdos aos olhos de quem sabe fazer uma leitura crítica das mídias. Entretanto, há uma lógica sólida de convencimento baseada em crenças que promove a coesão, a divisão, a dúvida e o caos.

A incoerência está justamente que, em plena “revolução da história do conhecimento” (D'ANCONA, 2018, p. 15), haja tanta circulação de falsas informações e a criação de um verdadeiro campo de batalha, no qual ideias divergentes não são vistas como oportunidades de troca de experiências, muito pelo contrário, são consideradas afrontas e motivos de bate-boca até violência física. Dias difíceis também narrados por Da Empolli (2019, p. 89) ao afirmar que “pela primeira vez depois de muito tempo, a vulgaridade e os insultos não são mais tabus. Os preconceitos, o racismo e a discriminação de gênero saem do buraco. As mentiras e o conspiracionismo se tornam chaves de interpretação da realidade”.

Mas, como os jovens reconhecem ou conceituam esse momento tão marcado pela proliferação de falsas informações, disseminadas principalmente pelas redes? Sabem conceituar ou diferenciar *Fake News* de desinformação?

Esse foi o desafio lançado aos participantes da oficina que, em grupo, deveriam discutir, explicar e tentar criar suas próprias definições e conceitos. A mediação da pesquisadora foi no sentido de observar e registrar sem interferir na composição das respostas.

Vale ressaltar que, antes do início das discussões, houve uma conversa sobre o fluxo de informações na sociedade tecnológica e o universo das falsas notícias. A pesquisadora apresentou dados da pesquisa realizada pela Avaaz, em 2020¹²⁴, que aponta que 7 em cada 10

¹²⁴Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/. Acesso em: 01/07/2020.

brasileiros, acreditam em notícias falsas repassadas sobre a Covid-19. A partir destas reflexões os adolescentes foram instigados a relatar se, no meio em que vivem, seus pares têm hábito de repassar notícias que não condizem a realidade.

Em seguida foi lançado o desafio de conceituar *Fake News* e desinformação. Para realizar tal atividade os estudantes (do grupo *online*) foram direcionados para uma sala do *Zoom*, para que não houvesse qualquer interferência por parte da pesquisadora. Os jovens universitários que participaram da oficina presencial tiveram 10 minutos para se reunirem em grupos, na própria sala ou no ambiente que desejassem. Cada equipe deveria chegar a um denominador comum e apresentar suas respostas.

Na sequência são apresentadas respostas dadas pelos grupos *online* e presencial.

QUADRO 8: Oficina *online* com cinco estudantes de 14 a 16 anos.

FAKE NEWS	DESINFORMAÇÃO
<i>Mais uma notícia que é para chamar tua atenção, com títulos absurdos. Quando você abre não tem fundamento nenhum. Você acaba dando atenção à imagem e título chamativo. É isso num geral.</i>	<i>Desinformar alguém. Espalhar notícias falsas. Por exemplo: falar que cloroquina é eficaz. Você está desinformando uma pessoa e essa pessoa pode acabar cometendo uma coisa muito ruim. Cloroquina faz mal aos rins. E dizer que a vacina contém o vírus da Aids. Você está desinformando as pessoas e estimulando a não tomarem vacina.</i>

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário online

QUADRO 9: Oficina presencial com nove estudantes de 17 a 21 anos.

EQUIPES	FAKE NEWS	DESINFORMAÇÃO
Equipe azul.	<i>informações falsas e incoerentes que são levadas adiante, causando polêmicas, muitas vezes com o intuito de prejudicar algo ou alguém (para conseguir enganar ou entreter).</i>	<i>Não respondeu</i>
Grupo branco	<i>É uma informação repassada com a intenção de ganhar engajamento.</i>	<i>É quando a pessoa não tem noção sobre a mensagem passada e ela não procura por outras fontes.</i>

Grupo Bryan, Vandiesel e Let	<i>Informações desconexas e sem fonte.</i>	<i>Tem como objetivo a distorção das informações verídicas para causar atrito em meio a população sem conhecimento para buscar fontes confiáveis para se inteirar de verdade</i>
-------------------------------------	--	--

FONTE: dados coletados pela pesquisadora em questionário online

As respostas dadas pelas equipes demonstram que o termo *Fake News* ainda é o mais usual e popular entre os jovens ao se referirem sobre a proliferação de fatos inverídicos e de conteúdo suspeito nas redes. Percebe-se ainda elementos que não foram observados, citados ou mesmo lembrados pelos sujeitos da pesquisa, e que por sua vez correspondem à categorias específicas da desinformação.

Conteúdos adulterados, títulos absurdos, imagens chamativas e intencionalidade de engajamento aparecem entre as percepções dos jovens. Entretanto, outros elementos do ecossistema da informação passaram despercebidos: legendas e ilustrações que não condizem ao conteúdo da reportagem, do artigo ou da notícia; imagens propositalmente modificadas para enganar a audiência; e as modalidades de conteúdo (sátira ou paródia; além de conteúdo impostor, com fontes genuínas e substituídas por farsantes).

É possível observar que, embora os grupos da oficina presencial tenham mais idade (17 a 21 anos) que o grupo de (13 a 16 anos), demonstram possuir menos conhecimento sobre desinformação do que os mais jovens ouvidos em 2021. As respostas demonstram que o estudantes do Ensino Superior que participaram da pesquisa apresentam certa superficialidade no entendimento e deixaram de analisar elementos importantes do conceito. E, na discussão, ao contrário dos mais jovens, não aprofundaram questões sobre títulos, imagens adulteradas e riscos de compartilhamento de conteúdos inverídicos. Este dado é muito curioso e inquietante, mas sabemos que não é possível generalizar.

Outro aspecto observado nos dois grupos é que os mais jovens ainda relatam certa preocupação em prejudicar a imagem de outra pessoa, caso a informação seja compartilhada sem a checagem correta. Destaca-se que, tanto no grupo *online* quanto no presencial as discussões fluíram de forma fácil. Durante os debates, ambos os grupos exemplificaram diversos casos vivenciados no cotidiano.

6.4.2 Atuação entre pares

Jovens em rede querem ser vistos, mas, em contrapartida também buscam as interações

sociais e imaginam a audiência (BRAKE, 2008; MARWICK & BOYD, 2011; BOYD, 2014). Ao experimentarem formas de se tornarem visíveis na construção da própria identidade e para se enquadrarem como grupo/tribo, costumam dar mais visibilidade à opinião dos seus pares, do que à opinião dos adultos (membros da própria família e professores) de quem, muitas vezes, encontraram críticas por seus modos de pensar, ser, agir, se comportar e se vestir. (DA SILVA, 2010).

Como membros ativos da sociedade da informação e recebendo influência direta de seus pares, outro aspecto da pesquisa buscou compreender se os jovens **percebem quando seus pares se importam ou não com o conteúdo da informação disseminada pelas redes e se quando a postagem é de amigos costumam curtir ou mesmo compartilhar sem ler**. Seguem as narrativas:

“O pessoal se cuida mais ou menos. Os meus colegas de sala são meio encenqueiros. Não vejo muito eles falando sobre informações, mas sei que trocam mensagens pelo WhatSapp. Eu não costumo participar destes grupos, nem da escola e nem da turma. Agora quando vejo fotos postadas por conhecidos e amigos costumo curtir, mas não compartilho”.
(M, 14 anos)

“Na minha roda de amigos eles não conversam muito sobre notícia. Eu não sou muito de ver as coisas a fundo, não leio tudo. Eu leio apenas coisas que chamam minha atenção. Agora repassar só repasso se leio. Só que não checo a fonte de informação, mas confesso que curto informações repassadas pelos amigos, mesmo sem lê-las”.
(B, 14 anos)

“No colégio às vezes a gente conversa e troca informação. Só que nunca vi ninguém passando informação falsa, que eu soubesse. A gente conversa sim sobre notícias. Eu checo a fonte e vejo em outros lugares. Gosto de ter uma base. Eu leio matérias interessantes. Tenho paciência de ler tudo”.
(MV, 14 anos)

“Sempre leio tudo para curtir e compartilhar. Tenho muito medo de Fake News e tomo o maior cuidado antes de curtir ou mesmo compartilhar. Só que conheço amigos que são influenciados pelas postagens de pessoas conhecidas e que, muitas vezes, nem checam a informação direito”. (H, 16 anos)

“Não tenho costume de curtir publicações de amigos e muito menos informações”.
(Mítico, 18 anos)

“Não necessariamente. Curto as publicações na qual compro a ideia sendo de amigo ou não.”
(Black, 20 anos)

*“Dependendo da informação eu curto a publicação”
(Bryan, 20 anos)*

*“Só curto, mas não compartilho”.
(G. 14 anos)*

As falas acima demonstram a forte influência e a cumplicidade que os relacionamentos de amizade exercem entre jovens em rede. Mesmo que não compartilhem a informação recebida (sejam fotos, memes, vídeos, áudios e matérias que podem ser verdadeiras/falsas) os jovens, na maioria das vezes, costumam curtir o material. Essa relação sugere algumas pistas importantes: ao darem um *like* sem ao menos conferirem o conteúdo, os jovens pretendem “agradar” a outra pessoa, mostrando interesse sobre o que pensa, faz e compartilha; ao curtirem a postagem evitam ser excluídos do seu grupo/tribo, pois o ato de não dar importância ao material pode ser visto como descaso.

Outro dado que chamou a atenção é que nem sempre os jovens estão dispostos a discutir sobre a temática da desinformação. São poucos que têm o cuidado de se preocupar com a temática e levar o assunto junto aos seus pares, o que apareceu nas respostas dadas por **M, 14 anos, B, 14 anos e MV, 14 anos**. A resposta de **H, 16 anos**, demonstra que as pessoas são influenciadas pelas postagens de conhecidos, o que referenda a ideia de estudos e autores que afirmam que conteúdos falsos repassados por pessoas próximas ajudam na formação de “bolhas”, prática alicerçada no poder da crença (PEROSA, 2017, n.p) e na força dos algoritmos (PRADO, 2022), pois parece que a “grande era da informação é, na verdade, uma explosão da não-informação-uma explosão de dados”. (WURMAN, 1991, p. 43)

Portanto, tais aspectos referendam o quanto os usuários em rede ainda precisam aprender sobre as mídias digitais, para evitar que se tornem “espelhos de suas crenças” (SANTAELLA, 2019, p. 19). E isso, envolve jovens e adultos que deveriam ter formação para saber identificar em quais fontes confiar. Este fato não é simples, pois tal questão se complexifica em reação às bolhas, uma vez que em geral as pessoas geralmente confiam nos seus pares e estão longe de exercerem seu pensamento crítico nestes casos.

6.5 COMO OS JOVENS SE APROPRIAM DOS CONTEÚDOS MIDIÁTICOS?

Para as discussões e atividades do eixo “**apropriação dos conteúdos**,

checagem e reconhecimento” foram utilizados vídeos de reportagens retirados da plataforma *youtube*, bem como o uso da ferramenta *Jamboard*, que corresponde a um quadro branco digital que permite escrever, desenhar e incluir notas.

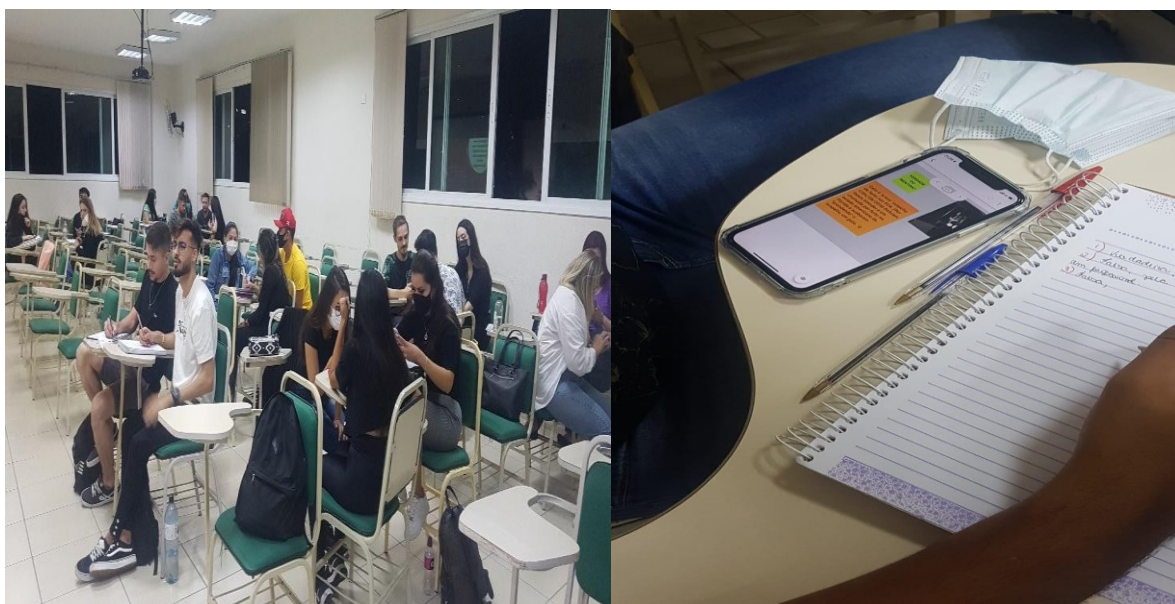
Individualmente os alunos acessaram a plataforma que continha fotografias legendadas e um pequeno texto. O desafio era identificar se as fotografias e notícias realmente eram verdadeiras/falsas. Os estudantes tiveram trinta minutos para fazer as identificações, bem como utilizar *post its* para justificar suas escolhas. Ao término da análise, as respostas foram apresentadas ao grande grupo e depois realizadas as discussões sobre as escolhas.

A atividade mostrou-se interessante e curiosa já que no questionário inicial a maioria dos participantes afirmou que reconheceriam uma *Fake News*. Entretanto, na análise dos dados da referida proposta do exercício com o uso da ferramenta *Jamboard*, isso foi parcialmente desconstruído. Durante o exercício os jovens foram convidados a observar todos os detalhes pertencentes as imagens, perpassando por possíveis edições ou não, sem esquecer de checar o conteúdo das informações tais como: títulos das notícias; informações contidas nos textos; datas de publicação; e fontes utilizadas. Os estudantes deveriam ainda expor suas opiniões em postites coloridos, evitando apagar as mensagens e informações postadas pelos demais colegas participantes.

As respostas dadas pelos jovens participantes da pesquisa demonstram que no momento da revelação do que seria verdadeiro/falso os estudantes ficaram, muitas vezes, surpresos com as próprias escolhas. Vale destacar que as informações postadas para a análise deste momento da pesquisa foram escolhidas primando pela variedade de assuntos. Muitas das “notícias” estiveram na mídia por muito tempo e outras eram atuais, como a que envolveu a rede de *fastfood* McDonald`s. A questão é que os fatos presentes na atividade com o *Jamboard* foram amplamente divulgados pelas redes sociais e circularam com grande impacto nas mídias tradicionais e até mesmo em grupos de *WhatsApp*.

A seguir, apresentamos as interfaces do *Jamboard* da oficina *online*, com as respostas dadas pelos jovens estudantes. As interfaces da oficina presencial não puderam ser postadas devido a problemas de conexão durante a atividade, o que fez com que os participantes da pesquisa concluíssem a atividade manualmente, conforme comprovado na imagem 7.

Figura 7: Oficina presencial, *Jamboard*.



Fonte: a pesquisadora.

Figura 8: Imagem de apresentação, *Jamboard*



Fonte: <https://jamboard.google.com/>

6.5.1 Primeira interface do *Jambord*

Figura 9: Primeira interface, *Jamboard*



A primeira análise refere-se ao encontro do então governador de São Paulo João Dória com o embaixador chinês no Brasil. Destaca-se que a notícia acima circulava em plena pandemia de Covid-19, momento em que houve até mesmo casos de xenofobia contra o povo chinês, apontados como responsáveis pela crise sanitária no mundo. Além disso, disputas políticas entre o governo de São Paulo e o Governo Federal sobre as vacinas se acirraram e fizeram com que as redes recebessem uma enxurrada de falsas informações.

A seguir, algumas respostas dadas pelos jovens estudantes após a análise das imagens e textos:

- os alunos **M e B** disseram que a imagem seria verdadeira.
- a estudante **H** acreditou que a imagem seria falsa.
- os alunos **L e Black** sugeriram que a foto parecia ser montagem pois, o fundo e, também a posição em que Dória e o embaixador se encontram, parecia ser *Photoshop*.
- o estudante **Bryan O`Connor** disse que a informação e a “foto são verídicas, pois as imagens

não parecem ser editadas e a imagem condiz com a informação”.

Após as discussões sobre as respostas, a pesquisadora explicou que a informação colocada no *Jambord* é verdadeira e que realmente houve o encontro. Entretanto, alertou que a foto de ambos (Dória e embaixador) foi utilizada fora de contexto por grupos “bolsonaristas” para fins de desinformação com a produção de notícias inverídicas, como noticiado pelo jornal “O Estado de São Paulo” em 30 de abril, de 2021¹²⁵. Em uma das notícias falsas espalhadas, principalmente por grupos de *WhatsApp* o embaixador chinês foi acusado até mesmo de fazer parte de uma quadrilha e roubar suprimentos.

6.5.2 Segunda interface do *Jamboard*

Figura 10: Segunda interface



Fonte: <https://jamboard.google.com/>

A segunda interface mostrou uma imagem afirmando que se tratava de uma estrela cadente. A foto teria sido feita por um internauta. As respostas dadas pelos jovens estudantes foram as seguintes:

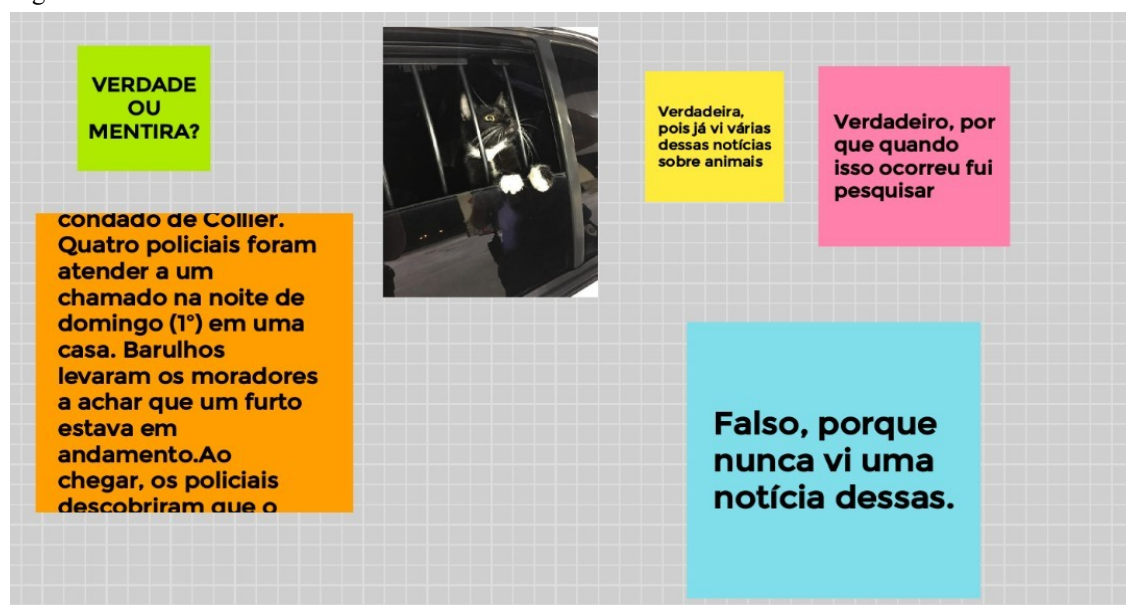
¹²⁵ PINHEIRO, Vitor. Posts usam fotos fora de contexto para alegar que Doria mentiu sobre reunião com embaixador chinês. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/posts-usam-fotos-fora-de-contexto-para-alegar-que-doria-mentiu-sobre-reuniao-com-embaixador-chines/>. Acesso em: 16/03/2023, às 16h26.

- os alunos **M, B e H** disseram que a informação é falsa.
- **L e Black** afirmaram que “não nos recordamos de nenhuma informação desta nos últimos anos”.
- **Mítico e Estrela** disseram ter encontrado vestígios de edição na imagem.
- **Bryan O Connor** concordou com Mitico e Estrela.

Assim, os participantes da pesquisa conseguiram identificar que a notícia era falsa, já que não se tratava de uma estrela cadente, mas do lançamento de uma nave, em 2010.

6.5.3 Terceira interface do *Jambord*

Figura 11: Terceira interface



Fonte: <https://jamboard.google.com/>

A terceira notícia apresentada (e verdadeira) foi uma das que mais causou polêmica entre os participantes. Independente da resposta, os jovens estudantes ficaram curiosos em saber mais sobre a notícia apresentada, ou seja, a prisão de um gato acusado de roubo, nos Estados Unidos. Vejamos as respostas:

- os alunos **H, B, Let e sócio do Bryan, Le e Black e Bryan O`Connor** acharam que era verdadeira e alguns deram as suas justificativas.
- a aluna **H** disse que na época em que informação foi divulgada, tal fato chamou a sua atenção e ela foi buscar outras fontes que confirmassem a história.
- **Bryan O`Connor** disse que “parece ser verídica, pois a informação relata dados do ocorrido policial e a foto não parece ter edição. Aqui no Brasil um galo já foi detido”.
- **M, Mítico e Estrela** disseram que a história era pura ficção.

Vale ressaltar que as respostas dadas pelos jovens estudantes mostram como a forma da construção da notícia e o impacto das imagens podem influenciar na identificação do que é verdadeiro/falso. No caso da prisão do gato, o fato curioso e inusitado chamou a atenção dos participantes. Além disso, a foto ilustrou a matéria e fez com que alguns acreditassem ser falso, tamanho o absurdo da informação.

6.5.4 Quarta interface do *Jambord*

Figura 12: Quarta interface



The screenshot displays the Jambord interface with a central image of a man holding a large McDonald's burger. Surrounding the image are five colored text boxes containing user comments:

- Top Left (Green box):** VERDADEIRO OU FALSO?
- Top Right (Yellow box):** Verdadeira, vi algo parecido há alguns meses
- Bottom Left (Orange box):** O McDonald's deu folga para os homens no Dia das Mulheres. Em 8 de março de 2018, Dia Internacional da Mulher, a rede de fast-food Mc Donald`s deu folga aos seus funcionários do sexo masculino. A iniciativa causou revolta.
- Bottom Center (Pink box):** Verdadeiro, pois também vi isso na internet, mais esta correto somente algumas partes da notícia.
- Bottom Right (Light Blue box):** Verdadeiro, porque acho que eles ficam revoltados pela falta de atendimento.

At the bottom left, there is a source attribution: Fonte: <https://jamboard.google.com/>

McDonalds deu folga para homens no Dia Internacional da Mulher, os estudantes responderam:

- para **B, M e H** a informação era verdadeira,
- **H** disse acreditar que a notícia estava incompleta.
- os demais jovens que responderam a questão na oficina presencial disseram que a informação era falsa, no entanto, a foto utilizada para ilustrá-la era verdadeira. Um estudante, inclusive, fez uma análise com base em suas próprias convicções acreditando que a suposta ação do Mc Donald's era verdadeira, já que a empresa teria a intenção de mostrar que as mulheres são tão capazes quanto aos homens, quando o assunto é trabalho.

Vale ressaltar que a ação da rede de *fastfood* havia acontecido em poucas lojas, mas os funcionários do sexo masculino apenas foram remanejados para outros locais e não tinham tido folga naquele dia, como algumas pessoas acreditaram fielmente e propagaram pela rede.

6.5.5 Quinta interface do *Jambord*

Figura 13: Quinta interface



Fonte: <https://jamboard.google.com/>

A dúvida também pairou entre os estudantes quando o assunto foi a cobrança de assinatura da rede social *Facebook*. O assunto inverídico vinha ganhando força antes mesmo da pandemia de Covid-

19¹²⁶, mas teve um alcance ainda maior a partir do momento em que as redes passaram a ser o principal veículo de troca de mensagens e informações durante o isolamento social. Neste quesito os jovens estudantes tiveram as seguintes impressões:

- os alunos **H e M** disseram que a informação é falsa já que não haviam visto a notícia em outros locais.
- **B** disse ser verdadeira, já que tinha acompanhado a reclamação de amigos sobre a cobrança por parte do *Facebook*.
- **Bryan O`Connor, Mitico e Estrela** afirmaram categoricamente que a notícia era falsa. A justificativa? O *Facebook* não necessita fazer a cobrança já que lucra com dados pessoais, informações fornecidas pelos próprios usuários e páginas de empresas.

O processo de análise das matérias acima, deixou explícito que embora a temática faça parte do cotidiano dos jovens estudantes e que o assunto tenha sido debatido, inclusive durante as oficinas, os jovens ainda apresentaram muitas dúvidas no momento da análise de conteúdo. Observamos que aspectos importantes normalmente são ignorados, tais como: fontes de informação; data da publicação; site de onde foi tirada a matéria; autoria e assinatura do jornalista responsável. Em alguns momentos a pesquisadora percebeu que os sujeitos preferiram apenas identificar determinado conteúdo como verdadeiro/falso, sem ao menos explicar os motivos reais por tal escolha.

O exercício ainda serviu para algumas “confissões” como as relatadas abaixo.

“O resultado não foi o que esperava. Errei um monte. Acho que olhei rápido. Não vi data e deixei passar outros detalhes”.
B, 14 anos.

“É muito mais difícil do que parece. É preciso mais preparação para enfrentar a desinformação”.
MV, 14 anos.

¹²⁶ **Facebook desmente rumores sobre futuras cobranças.** Revista Veja, edição de 12 de janeiro de 2010. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/facebook-desmente-rumores-sobre-futuras-cobrancas/>. Acesso em: 16/03/2023, às 17h09.

“Também foi o que eu esperava. A última não consegui responder, mas já havia ouvido falar sobre a notícia”.
M, 14 anos

“Não foi tão fácil. Também errei. Pensei que fosse mentira, mas era verdade”.
H, 16 anos

Tal constatação revela mais uma vez, a importância de a escola tematizar tais questões, inclusive para desconstruir e/ou desmistificar a pretensa ideia de que crianças/adolescentes e jovens considerados “nativos digitais” sabem navegar e operar com destreza os aspectos técnicos de programas e aplicativos da cultura digital, mas o pensamento e a reflexão crítica é construído pela mediação do outro, como diz Fantin (2016). E neste caso, a constatação dos jovens estudantes seria o primeiro passo para colocar tais ideias em questão.

6.5.6 Apropriação de temas e elaboração de conteúdos

Durante um dos encontros da oficina, os participantes foram então convidados a desenvolver uma HQ (História em Quadrinhos) sobre a temática da *Fake News*. A sugestão foi que o trabalho fosse desenvolvido em grupo, sendo que foram sugeridos alguns critérios para a criação do material. São eles: produzir um material endereçado aos seus pares, com linguagem acessível a este público; o tema central seria a desinformação; a escolha da ferramenta digital utilizada para a produção ficaria a cargo dos participantes, não seria possível fazer o HQ no papel; a escolha e definição sobre a criação dos personagens e os diálogos seriam feitos de forma democrática e em comum acordo com a equipe; não seria possível utilizar personagens já existentes ou que tenham direitos autorais garantidos por lei; ter criatividade.

A proposta de HQ e as inspirações dos jovens para construção do material contribuiu para reflexões importantes:

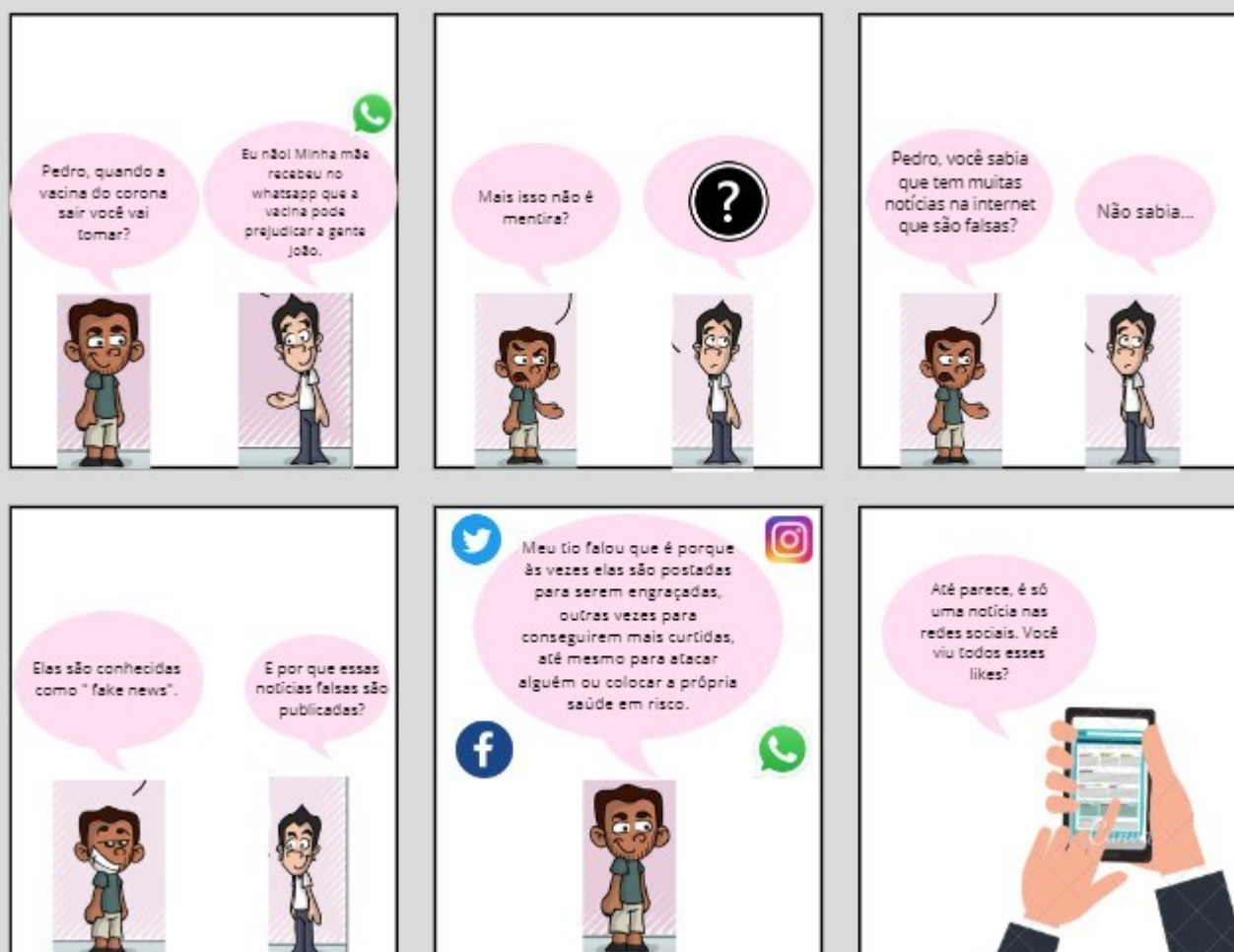
- a) foi possível perceber o quanto atividades práticas e de interesse dos jovens abrem espaço para que externem seu potencial criativo;
- b) esse formato permitiu a troca de experiências sobre uma determinada temática;
- c) a proposta propiciou que estudantes aprendam a trabalhar em grupo e desenvolvam a habilidade de investigação, resolução de problemas e desafios sobre as competências midiáticas e digitais que são e serão exigidas dos profissionais atuais e do futuro;
- d) a atividade prática mostrou ainda o engajamento dos jovens em relação a conteúdos atuais (neste caso a vacina de Covid-19), fazendo com que tivessem um olhar

cuidadoso sobre o tema e desenvolvessem um material voltado a informar a sociedade e aos seus pares;

- e) a preocupação sobre a desinformação ficou evidente na produção do material, sendo uma necessidade informar os pares sobre o problema;
- f) a atividade realizada na perspectiva da mídia-educação facilitou a aprendizagem colaborativa e o desenvolvimento do pensamento crítico como enfatizado por Buckingham, (2020);
- h) demonstrou que o uso da tecnologia em rede e as competências digitais propiciam uma reconfiguração da prática pedagógica expandindo fronteiras espaço-temporais, estabelecendo ligação com outros espaços e tornando públicas experiências antes restritas ao ambiente físico, conforma referendam (ALMEIDA & VALENTE, 2012).

Embora nem todos tenham realizado a atividade, o resultado de uma equipe pode ser conferido a seguir:

Figura 14: História em Quadrinhos



Após a criação das HQ os jovens estudantes socializaram suas histórias sobre o trabalho desenvolvido surgindo os seguintes relatos:

“Esse material que produzimos(HQ) serve para orientar outros jovens. Tem muita gente que acreditou nas mentiras propagadas pelas redes sobre a vacina. Acho também que a juventude tem muita informação à disposição, o problema é que há influência das pessoas mais velhas que moram na mesma casa. Tenho duas colegas de sala que foram proibidas pelos pais de tomarem a vacina. Eles acham que isso ainda é um experimento e que existe um chip da China (suspiro). Elas não acreditam no que os próprios pais dizem, mas foram obrigadas por eles a não se vacinar. Estão até com raiva já que esperaram tanto tempo para receber a dose e agora foram proibidas” (MV, 14 anos)

“Só que eu acho que os jovens estudantes são mais bem informados que os idosos. Pelo que percebo são as pessoas com mais idade que costumam espalhar falsas informações. São pessoas que são novas no uso do celular e não costumam checar informações. Acredito que por isso acabam repassando a informação sem verificar” (G, 14 anos)

“Primeiro a gente pensou em fazer utilizando um herói. Daí foi fluindo e chegou nisso daí. Desistimos da ideia de ter um herói e um vilão. Queríamos passar a ideia para que os jovens não se enganem com as Fake News. Conheço gente que acha que vacina faz mal. Pessoas de 14 anos que não vão se vacinar, pois acham que não só a vacina, mas a reação dela faz mal” (B, 14 anos)

“Pensamos em colocar a ideia da vacina já que é um assunto que vem sendo divulgado nos últimos anos. A gente sabe como ainda existem informações por conta da Fake News. Não foi fácil encontrar um personagem que se encaixasse na nossa proposta da HQ, mas, no final conseguimos. Conheço muita gente que não quis tomar. A maioria são idosos. Acho que não quiseram por conta da idade. Não é a maioria, mas alguns são das antigas e ainda acham que a vacina não faz bem. Já os adolescentes que não quiseram se imunizar foram influenciados pelas redes sociais” (H, 16 anos)

“As redes sociais influenciam a juventude a não tomar a vacina. Muitos deixam de ir por conta disso. No meu caso, minha mãe fez eu tomar, mas conheço alguns amigos que não tomaram” (M, 14 anos)

6.6 JOVENS E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA : UM DEBATE FUNDAMENTAL

Reconhecer os termos jornalísticos e aprender de fato como se constrói uma notícia para combater e se prevenir das armadilhas da desinformação. Para discutir a temática as atividades objetivaram analisar o grau de confiabilidade das mídias oficiais por parte dos jovens estudantes e verificar como os sujeitos da pesquisa compartilham suas produções e a produção de terceiros através do uso das redes.

A ferramenta digital escolhida para o reconhecimento de termos jornalísticos foi o *Kahoot* (versão gratuita), uma plataforma de aprendizado baseada em jogos. Destaca-se que a escolha de jogos para essa etapa da pesquisa veio ao encontro de estudos de Gee (2009), Jenkins (2006), Murta & Valadares & Moraes Filho (2015), Bressan & Amaral (2015) e Bacich & Moran (2018) entre outros autores que destacam a linguagem dos jogos, cada mais presentes na vida dos jovens. Além dos aspectos de aprendizagem que os jogos propiciam, também pode ser considerado um artifício de motivação na participação .

A proximidade com a vida real faz com que os jogos ainda ajudem no enfrentamento de desafios e dificuldades, aprendendo a lidar com fracassos. Portanto, “para gerações acostumadas a jogar, a linguagem de desafios, recompensas, de competição e cooperação é atraente e fácil de perceber.” (MORAN, 2018, p. 21) . O autor destaca ainda que “jogos individuais ou para muitos jogadores, de competição, colaboração ou de estratégia, com etapas e habilidades bem definidas, tornam-se cada vez mais presentes nas diversas áreas de conhecimento e níveis de ensino”.¹²⁷

O *quiz* elaborado com questões de múltipla escolha estavam relacionados aos seguintes termos jornalísticos: *lead* (primeiro parágrafo do texto jornalístico: quem, o que, onde, como, quando e por quê; editorial (texto argumentativo que apresenta a opinião do veículo); e matéria quente (contém informações inéditas e deve ser publicada imediatamente); *deadline* (último prazo para a entrega da matéria); nariz-de-cera (notícia redigida de forma rebuscada e sem objetividade); *off* (sem revelar a fonte de informação); matéria fria/gaveta (independe da sua atualidade para ser publicada); barriga (quando é divulgada uma informação equivocada); suíte

¹²⁷Ver pesquisas sobre o tema no site Edumidia, que engloba pesquisas sobre aspectos comunicacionais/educacionais vinculados às mídias eletrônicas e “investiga características técnicas intrínsecas e os processos de produção e de recepção através dos meios eletrônicos que influenciam e são influenciados pelo modo como ocorrem a apropriação da tecnologia, a cognição e a construção de sentido e de identidade”. Disponível em: <https://edumidia.ufsc.br/pagina-exemplo/> Acesso em: 26/02/2023, às 9h49.

(texto complementar de um assunto já publicado no dia anterior); olho (box que destaca determinado assunto na matéria).

Vale esclarecer que os termos jornalísticos utilizados no jogo foram escolhidos baseados nas orientações publicadas em 2017, pela *International Federation of Library Associations and Institutions* (IFLA) sobre como identificar a desinformação. Orientações remetem a verificação de fonte, a confirmação de conteúdo antes do compartilhamento em diversas publicações, a análise da autenticidade do autor, verificação de *links* de apoio, certificação de data de publicação, além de conferir se o conteúdo não se trata apenas de produção humorística.

Houve grande participação dos alunos em relação ao *quiz*, evidenciando que este tipo de atividade promove troca de informações, conhecimento e descontração. Foi possível perceber a surpresa na revelação das respostas e a troca de experiências entre os pares. Os resultados obtidos foram diferentes entre os dois grupos, sendo que nesta atividade, os estudantes de 17 a 21 anos conseguiram reconhecer mais termos jornalísticos do que os mais jovens (entre 14 e 16 anos).

Ao instigar os jovens estudantes sobre os termos jornalísticos a pesquisadora pretendia descobrir quais os conhecimentos que o público pesquisado têm sobre como profissionais de mídia - devidamente capacitados- trabalham na construção da informação. E como esses mesmos critérios utilizados pelos jornalistas são fundamentais para identificar e se proteger das *Fake News*. É importante lembrar que a notícia falsa não é notícia, mas um simulacro camuflado pela ação de algoritmos que geram dados e metadados.

Embora erros na imprensa existam e sempre existiram - causando um desserviço público visto que quem leu ou ouviu nem sempre irá ver ou ouvir uma errata - , fato é que a desinformação é ainda mais perigosa, pois utilizando-se de mecanismos da mídia profissional pode enganar, estimular adeptos agarrados em crenças pessoais, disseminar o ódio, causar rupturas e promover o caos (PRADO, 2022).

A seguir, alguns dados construídos com o *quiz* :

- Grupo *online*
 - a) Acertaram apenas 32% das questões;
 - b) Barriga, suíte e *deadline* não foram termos jornalísticos reconhecidos por nenhum dos participantes;

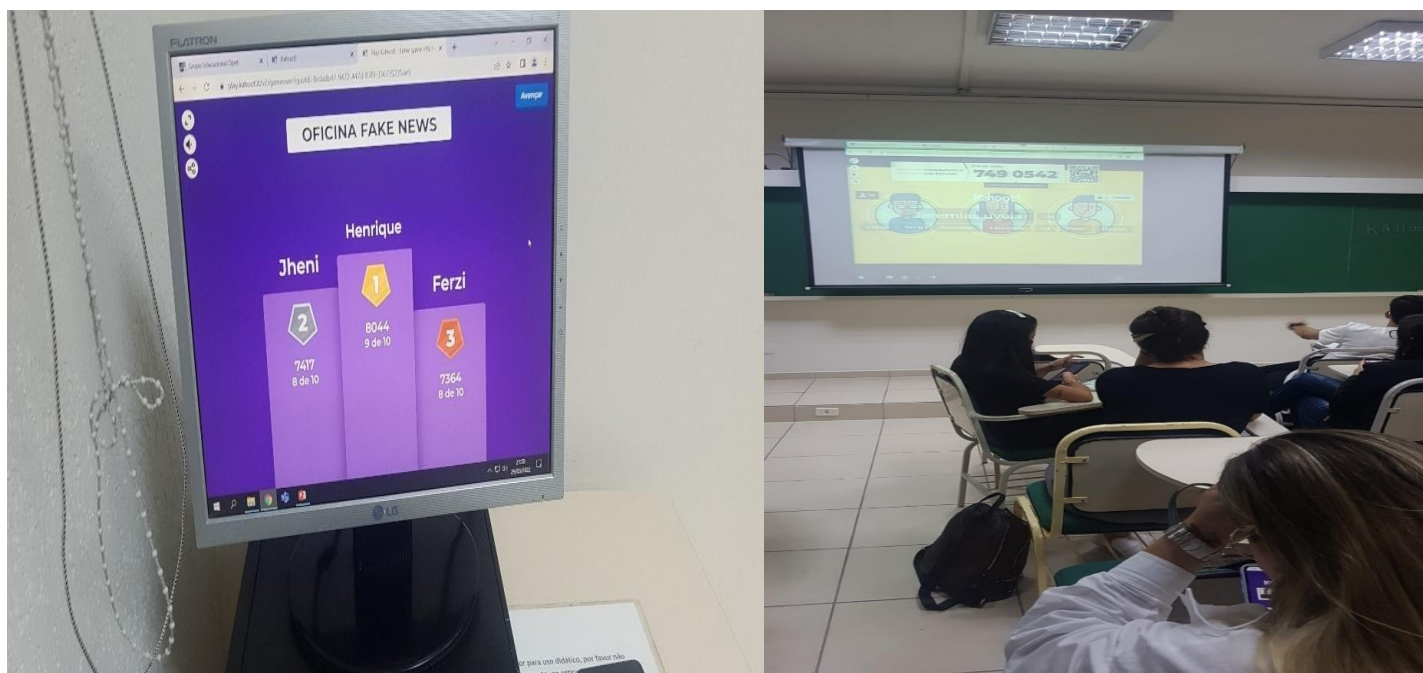
c) Matéria fria e editorial tiveram o menor número de acertos, com apenas 20%

- Grupo presencial

a) Acertaram 62% das perguntas;

b) As consideradas mais difíceis foram: suíte (apenas 20% de acerto) e barriga (apenas 30% de acerto)

Figura 15: Pódio do jogo



Fonte: a pesquisadora

Foi possível observar que a maioria dos jovens estudantes participantes da pesquisa nem sempre sabiam os termos jornalísticos e/ou conheciam as formas de trabalho dos profissionais de imprensa. Na discussão em grupo durante a oficina foi esclarecido a importância de aprenderem este conteúdo, não para que se tornem verdadeiros “jornalistas”, mas para que aprendam a identificar alguns elementos que apontam para a percepção de uma informação verdadeira/falsa.

Ao invés de deslegitimar o papel da imprensa na sociedade, os sujeitos devem ser orientados a caminhar com ela, fiscalizando e analisando os seus passos de forma crítica e consciente, defendendo a democracia e combatendo àqueles que se apropriam dos fluxos informativos para disseminar falsas verdades. Ainda mais num momento em que o “contrato

social” entre o Estado e os Cidadãos “passou de instituições como o trabalho e a família, para os meios”. (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 93)

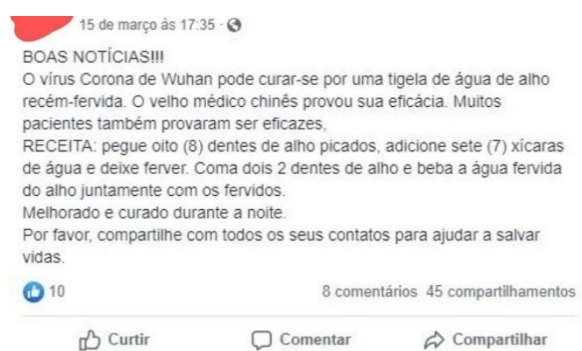
6.6.1 Como identificar notícias verdadeiras/falsas?

Com os alunos já familiarizados com os termos jornalísticos, foi sugerido que buscassem por matérias verdadeiras e falsas na internet. A ideia era conferir a capacidade de pesquisa de materiais verídicos, após todas as discussões feitas durante as oficinas.

A pesquisadora não indicou sites ou quaisquer outros locais de pesquisa aos estudantes, para que o fizessem de forma autônoma e sem interferências, pois este aspecto também seria discutido. A atividade era individual e deveria ser apresentada posteriormente. Foi estipulado um tempo para que pudessem fazer as buscas pela rede.

As matérias coletadas e respostas obtidas se encontram a seguir:

A adolescente **MV** trouxe para discussão do grupo a seguinte “matéria/informação” repassada a ela via aplicativo *WhatsApp*:



Ela argumenta sobre a escolha da matéria:

“Resolvi trazer esse exemplo já que é simplesmente absurdo. E chegou até a mim pelo grupo de WhatsApp da família. Que horror! E teve gente que repostou no Facebook! Uma receita para comer alho e se curar do coronavírus. O pior é que 45 pessoas compartilharam a informação” (MV, 14 anos)

O adolescente **B, 14 anos**, apresentou a matéria intitulada: “**Artista de rua italiano enfrenta racismo transformando suásticas em cupcakes**”. O material foi acessado em na plataforma G1 cujo endereço é: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/11/24/artista-de-rua-italiano> E esclarece o motivo de tal escolha:

“A minha matéria foi retirada do G1. Sei que a matéria é verdadeira, pois está no G1. Ela tem o nome do criador, tema e imagem do cara transformando e fazendo arte. Tem várias imagens dele. Apreendi a olhar para esses elementos durante a escolha” (B, 14 anos)

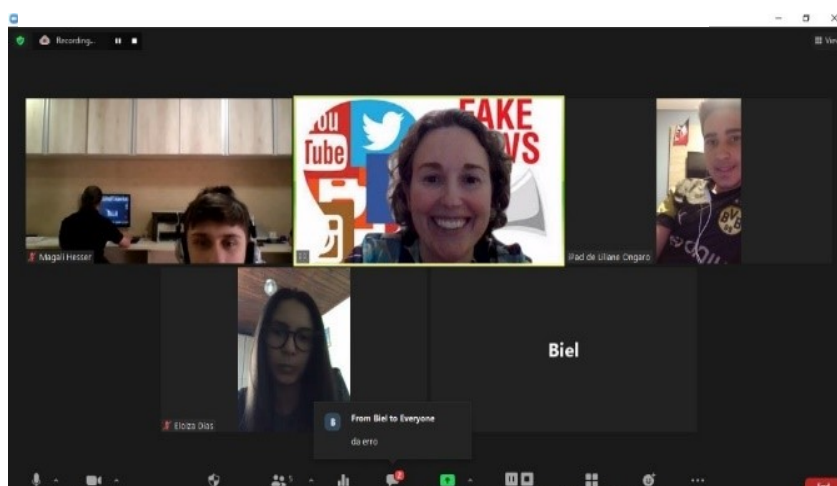
A adolescente **H** trouxe para a discussão do grupo a matéria: **“Sem atingir metas, estado de SP anuncia retirada de exigência do uso de máscara ao ar livre a partir de 11 de dezembro”**. O material está disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/11/24/estado-de-sp-encerra-obrigatoriedade-do-uso-de-mascara-em-areas-externas-em-dezembro-mesmo-sem-atingir-meta-de-indicadores-da-pandemia.ghtml> Ao justificar tal matéria, diz que

“A minha escolhida é uma matéria verdadeira, pois já havia lido essa mesma informação em outros veículos de imprensa. Além disso, o texto tem autor e está bem explicado. Também não tem abreviação e tem imagens. E acho que é verdadeira, pois peguei no G1 que acho que é confiável”, informou (H, 16 anos)

Por sua vez, o adolescente **M** analisou uma matéria verdadeira e outra falsa. A primeira teve como manchete: **“Ricardo Salles diz que Sérgio Moro é “comunista” e “a favor de droga”**. O material pode ser acessado no endereço: <https://www.otempo.com.br/politica/ricardo-salles-diz-que-sergio-moro-e-comunista-e-a-favor-de-droga-1.2574255>. E a segunda matéria afirma que animais domésticos são transmissores da Covid-19. Importante destacar que neste processo M já fez análise sobre a veracidade ou não:

“Peguei uma verdadeira e outra falsa. A que é falsa diz que animais domésticos são responsáveis pela transmissão do coronavírus. Só que não tem informações da ANS e de outras fontes. Então consegui ver que era falsa” (M, 14 anos)

Figura 16: Alguns momentos e imagens da oficina online



Fonte: a pesquisadora

Assim, a atividade mostrou que depois de todas as discussões durante o percurso das oficinas, os jovens estudantes conseguiram perceber elementos importantes para detectar uma *Fake News*. Mesmo com a influência da família, viram que nem tudo que chega em grupo é verdadeiro e deve ser analisado com cuidado. Além disso, mesmo acessando matérias de sites conhecidos, como G1, por exemplo, procuraram outras informações em sites diversos, na busca da confirmação do conteúdo. Também ficaram atentos a chamadas, fotos, autores da matéria e imagens, aspectos que haviam deixado passar quando anteriormente participaram da atividade do *Jamboard*. Em alguns casos, as informações também foram checadas em órgãos governamentais, com a própria Agência Nacional de Saúde (ANS), conforme relato do estudante M.

Diante do exposto, essa atividade, além de evidenciar a importância da mediação formativa, evidenciou (através das oficinas) o princípio educativo que a pesquisa empírica pode propiciar.

6.6.2 Confiabilidade e compartilhamento

Ao sistematizar as análises, a pesquisadora buscou identificar a confiabilidade em relação à informação, ou seja, como os jovens estudantes compartilham os dados produzidos e recebidos cotidianamente pelas redes, e se já compartilharam alguma vez *Fake News*. Foram feitas as seguintes perguntas aos participantes: “*Alguma vez você já acreditou e compartilhou uma informação que descobriu, posteriormente, que não estava correta?*”; “*Alguma vez você compartilhou uma informação, mesmo reconhecendo que era mentira, apenas como forma de prejudicar a imagem de alguém ou de alguma instituição? Você costuma checar as informações que chegam através das redes sociais compartilhadas por pessoas próximas a você?*”; “*Você costuma curtir publicações no facebook apenas pelo fato da informação ter sido postada por um amigo ou conhecido?*”. “*Em quais veículos, plataformas ou redes sociais você confia mais quando o assunto é informação? (Tv; rádio; jornal impresso; facebook, WhatsApp Twitter, outros).*”

Algumas das respostas coletadas foram:

“Sim, confesso que já acreditei e compartilhei algumas vezes falsas informações. Também já fiz brincadeiras com as notícias e compartilhei, mas sem prejudicar ninguém. Normalmente quando compartilho procuro por matérias de jornais online que sejam confiáveis. Agora a questão de checar informações de pessoas próximas vai depender muito do conteúdo. Além do mais, ter receio é importante, pois hoje em dia a informação é muito manipulável e muda muito por conta de interesses, principalmente políticos”.

MV, 14 anos. Estudante do 8º ano de uma escola militar de Curitiba

“Que eu me lembre nunca repassei nada que envolva notícias falsas. Quanto a compartilhar uma informação estando ciente de que é mentira, nunca fiz isso. Acho essa atitude horrível e sempre que possível pesquiso o máximo para encaminhar a notícia para frente. Bom eu curto muitas coisas de pessoas próximas, mais na maioria das vezes são memes, e nunca uma notícia. Para mim nenhuma rede de pesquisa ou de informações é 100% confiáveis, mais as que mais procuro informações são os sites e às vezes assisto os noticiários”.

H, 16 anos. Estudante do Ensino Médio de uma escola pública de Colombo.

“Sim, confesso que já compartilhei Fake News. Isso aconteceu no período de pandemia. Por falta de conhecimento, acabei passando muitas informações que hoje, com pesquisas e conhecimento percebo que não eram corretas. Quanto repassar algo que tenho consciência ser errado, jamais faria. Isso não é da minha índole. Quanto as pessoas próximas costumo checar as informações que me repassam só que mesmo estando corretas não tenho o hábito de repassá-las”.

Mítico, 18 anos. Estudante do primeiro período do curso de Marketing de uma IES de Curitiba.

“Sim, já passei uma informação pensando que estava correta. Quando soube que era falsa fiquei chocada. Quanto a saber se tratar de um conteúdo falso, jamais faria isso. Sei que terá consequências. Ao receber informação de pessoas próximas faço a checagem e nunca compartilho, apenas curto se o assunto for do meu interesse”.

Estrela, 19 anos. Estudante do primeiro período do curso de Marketing de uma IES de Curitiba.

Não possuo o hábito de repassar notícias. Quando vejo alguma notícia que é do meu interesse eu procuro sobre, antes de tomar aquilo como verdade. Quanto a repassar sabendo que é falso, jamais faria isso. É errado. É crime. Às vezes confio e compartilho dados dos mais próximos. Ultimamente as notícias que mais confio são as que leio no Twitter. É ali que sigo as páginas dos jornais”.

BRYAN O'CONNOR, 20 anos. Estudante do segundo período do curso de Marketing de uma IES de Curitiba

“Confesso que já repassei Fake News, principalmente os que se referem a sorteios. Quanto a repassar algo que não seja verdadeiro, jamais faria isso. Me coloco no lugar do outro e não iria gostar se fosse comigo. Quanto as informações repassadas por pessoas próximas normalmente leio, mas geralmente não compartilho. Costumo confiar nas informações publicadas pelos jornais”.

L, 21 anos. Estudante do segundo período do curso de Marketing de uma IES de Curitiba

As falas acima sugerem que os jovens participantes da pesquisa estão preocupados com o fenômeno da desinformação. Mesmo que, por engano, algumas vezes tenham compartilhado informações falsas, se sentem responsáveis por tal atitude, reconhecendo o erro e buscando não cometê-lo novamente. Isso fica claro no momento que afirmaram checar informações que chegam via inúmeras plataformas, encaminhadas até mesmo por pessoas próximas. Foi possível perceber também que, assim como apontado no questionário inicial, as mídias tradicionais ainda possuem credibilidade quando o assunto é informação. Os jornais (tv, impresso, *online* acessados até pelo *Twitter*) ainda parecem ter um voto de confiança desta juventude.

6.7 ANÁLISES E IMPRESSÕES DE UMA MÍDIA-EDUCADORA: UM “PÓS-EDITORIAL”

Em jornalismo o editorial é a opinião do veículo de comunicação sobre determinado assunto. Normalmente está disposto logo nas primeiras páginas do jornal para que o leitor possa de imediato situar-se sobre como a pauta ou as pautas que compõem a edição serão analisadas e normalmente “trabalhadas” pelos repórteres/jornalistas seguindo o que preconiza a linha editorial do veículo.

Aqui, esta metáfora se dará como um exercício, de uma forma um pouco diferente. Será através desta espécie de “pós-editorial” que a pesquisadora vai situar suas impressões e análises referentes às pistas dadas/construídas pelos próprios jovens estudantes que participaram da pesquisa, no sentido de retomar os objetivos: **investigar se e como os jovens estudantes percebem as *Fake News*/ desinformação; se costumam checar a confiabilidade das informações no cotidiano; como se apropriam dos conteúdos; e como compartilham o que recebem e produzem quando acessam às redes.**

Sem a pretensão de esgotar o tema, nem generalizar os dados aqui obtidos, a ideia é colocar a temática em pauta, ou seja, não apenas ouvir e entender os jovens que nem sempre tem oportunidade de expor suas ideias para os adultos, mas tentar encontrar caminhos para a formação e reafirmar a importância da mídia-educação numa escola em ebulição. Afinal, a escola como instituição social, juntamente com a ciência, a política e o jornalismo, viveu (e vive) momentos de descrença nos últimos anos e, portanto, enfrenta novos e velhos desafios.

As análises aqui elencadas estão baseadas em estudos de autores que transitam entre as ciências da Educação e da Comunicação, que há tempos alertam para a aproximação das

duas áreas na adoção de novas práticas pedagógicas que possibilitam dar um novo sentido ao conhecimento e aos sujeitos, como afirma Martín-Barbero (2014, p. 125). Pois para o autor, a atual revolução tecnológica propiciou uma mutação de circulação do saber.

Com o fenômeno da desinformação, popularmente conhecido como *Fake News*, a urgência em garantir acesso à interpretação do universo midiático se tornou ainda mais evidente. Entretanto, como alertam Tuffe & Chtristensen (2009), Fantin (2011), Buckingham (1012), Pretto (2014), Férres e Piscitelli (2015), Cocco (2017) e Aretio (2019), a efetiva integração da educação midiática e digital nas escolas e nas universidades ainda se encontra a passos lentos, mesmo que a pandemia de Covid-19 tenha acendido um alerta sobre essa necessidade latente e urgente.

Neste sentido, o desenvolvimento de competências para o uso das tecnologias na perspectiva da mídia-educação é uma necessidade, não só para garantir o entendimento crítico das mídias, como também para assegurar a cidadania. As inovações disruptivas, que surgem todos os dias como num “piscar de olhos”, vão precisar de mudanças que incluem o fato de aprender a aprender de forma diferenciada.

Não é mais a aula conteudista “que faz a cabeça da juventude”, mas os desafios, as práticas em grupo, a resolução de problemas, o senso crítico, as discussões, a inovação, o protagonismo e, por que não, os jogos que os estimulam a ir ao encontro de novos saberes. Entre diversos desafios educativos do século XXI, destacam-se a questão das competências/habilidades que transformem a informação em conhecimento e que desenvolvam o gosto pelo ato de aprender, como apontam Moran & Masetto & Behrens (2007) e Coutinho & Lisboa (2011).

Portanto, não basta apenas ter acesso aos equipamentos tecnológicos e dominar suas milhares de funções. A grande riqueza, como relata Bucci (2019, 2021) está justamente no domínio sobre a informação. É ela a responsável pela nova configuração da sociedade inserida num contexto de hipermediações (OROZCO-GÓMEZ, 2014) e composta por novos dispositivos e interfaces. (SCOLARI, 2018)

A riqueza da sociedade capitalista, da qual agora faz parte a informação, colocou os seres humanos em uma situação antagônica: se por um lado diminuiu fronteiras, ampliou o acesso ao saber e modificou as experiências cotidianas, por outro alterou os processos de produção/consumo e o âmbito do poder, transferindo a gestão de matérias-primas para o gerenciamento da informação. (PÉREZ GÓMEZ, 2015, p. 15)

Abaixo da ponta do iceberg, encontram-se os algoritmos, que de forma camuflada, revelam uma face cruel do capitalismo e do crescente fenômeno da desinformação. São eles os “detetives” das redes que captam todo e qualquer movimento do usuário percebendo quais os seus gostos, suas angústias, suas dúvidas, seus *hobbys*, suas intenções de compra, suas crenças religiosas, suas escolhas políticas e até com quem os usuários gostariam de se relacionar intimamente.

Essa “sequência lógica de instruções” (PRADO, 2022, p. 23) passa despercebida pela maioria dos internautas que, acreditam ser gratuito o serviço, a postagem de conteúdos o acesso às informações e aos dados fornecidos. Fato preocupante alertado por Bucci (2022) ao criticar o poderio das grandes empresas de mídia digital que, sem uma regulamentação de dados coerente por parte dos governos, é responsável pela criação de uma “superindústria do imaginário”, que se apropria de tudo o que é visível e que faz com que usuários da *net* ofereçam seus produtos (dados) sem perceberem a que tipo de manipulação estão sendo submetidos.

Portanto, ao estudar o fenômeno da *Fake News*/desinformação e compreender as percepções que os jovens têm sobre o tema e sobre o acesso às redes, se mostrou necessário identificar aspectos das competências digitais dos sujeitos aqui pesquisados. Afinal, como lidam com a literacia dos dados no cotidiano? De que forma criam conteúdos e os compartilham entre seus pares? Como protegem seus dados e dispositivos?

O **perfil midiático** elaborado com questões contempladas no **Quadro Europeu de Competências Digitais** (DigComp) trouxe dados interessantes de análise. O primeiro demonstra que os jovens estudantes participantes da pesquisa compreendem o papel das Tecnologias da Informação e da Comunicação no mundo digital, entretanto se mostram preocupados com o impacto da desinformação, pois estão cientes que as “notícias plantadas” (jargão jornalístico) causam estragos, muitas vezes irreversíveis, na vida em sociedade.

Devido ao fenômeno das *Fakes* pelo qual “o mundo vem passando de forma descontrolada” (PRADO, 2022, p. 25), tais jovens se mostraram ainda mais criteriosos em relação ao conteúdo que consomem e, embora afirmem que dominam tecnicamente as ferramentas, demonstram que precisam de um “guia” para ensiná-los sobre os meandros da informação.

Como Boyd (2014) afirma, as redes são utilizadas pelos jovens como espaço de divertimento e de encontro, e no perfil do grupo, eles demonstraram que não gostam da vigilância dos adultos neste universo marcado por trocas de informações com os pares. Entretanto,

curiosamente, a criação de conteúdos midiáticos está mais voltado para a vida profissional do que para o recebimento de *likes*, o que causou certa surpresa. Além da contradição de manifestar o desejo de liberdade e autonomia ao mesmo tempo que reconhecem a necessidade mediação para identificar as “fakes”.

Os jovens estudantes da pesquisa ainda dizem ter compreensão sobre o poder dos algoritmos e que para se defender e manter seguros manejam com cuidado suas identidades *online* evitando a postagem de dados pessoais.

A análise das ferramentas digitais utilizadas nas propostas das oficinas revela que, as mesmas, se mostraram eficientes, principalmente pelo fato de que a maioria dos jovens estudantes que participaram da pesquisa já tinham o domínio destes recursos. Além disso, o uso de ferramentas tecnológicas costumam chamar a atenção, sendo que nas oficinas *online* nunca houve atraso dos participantes em adentrar ao sistema. E nas oficinas presenciais, foi possível perceber uma participação maciça, principalmente quando a atividade era realizada no formato de jogo.

Dos resultados obtidos com as oficinas, alguns pontos serão especificados aqui já que contemplam o objetivo da pesquisa e apontam para caminhos significativos no sentido de entender as impressões dos jovens sobre a desinformação.

Na nuvem de palavras elaborada pelos grupos, o destaque ficou por conta das expressões **coletividade, interatividade, liberdade e independência**. As respostas dadas pelos estudantes apontaram para argumentos problematizados na revisão de literatura e discutidos nos capítulos anteriores. Ao se reportarem às redes através do uso de tais expressões, reafirmam características importantes também abordadas por Tapscott (1999), Boyd (2014), Péres Gómez (2015), Orozco Gómez (2014), Pais (2006, 2006), entre outros.

Em relação à definição do termo *Fake News*, os jovens estudantes reafirmaram a força da conceituação popular que ainda associa o termo com “notícias falsas”, o que comprovadamente leva a equívocos que podem confundir as pessoas. Lembrando que há uma diferença significativa entre o trabalho jornalístico e as falsas informações disseminadas pelas redes. No caso dos profissionais jornalistas, as matérias possuem fonte de informação e seguem uma padronização textual e de construção da notícia. Já os conteúdos falsos procuram imitar a prática jornalística, na tentativa de confundir. Sendo assim, caracterizar *Fake News* como “notícias falsas” gera uma confusão entre interesses obscuros presentes no fenômeno da desinformação com o trabalho profissional desenvolvido pelos membros da mídia.

Prado (2022, p. 27) argumenta que a melhor denominação quando se trata de *Fake News* é “mensagem falsa e não informação e nem notícia”. Bucci (2019) também entende que a expressão *Fake News* seja rasa para explicar o fenômeno da desinformação. Já a palavra *misinformation (desinformação)* - escolhida em 2018 como a expressão do ano - pode ser mais significativa, por envolver a presença da intenção de desinformar.

Assim, ao analisar as respostas dos jovens estudantes foi possível perceber que poucas contemplaram o que Tandoc & Lim & Ling (2017) traçaram como os tipos de *fakes*: sátira; paródia; fabricação; manipulação; publicidade e propaganda. Por sua vez, entre as percepções dos participantes das oficinas apareceram noções e conceituações como: **notícia que chama a atenção pelo título; notícia sem fundamento; informações falsas e incoerentes; intenção de engajamento; e sem fonte.**

Em relação ao conteúdo publicado pelos pares, os adolescentes apontaram um certo descuido dos colegas em checar a veracidade dos fatos. Além disso, nas rodas de conversa, o assunto notícia ainda não causa tanto interesse, principalmente quando o assunto é desinformação. Em relação aos conteúdos compartilhados pelos colegas nas redes sociais, os jovens estudantes se mostraram responsáveis e cautelosos. Embora curtam as publicações, raramente as compartilham por medo de que não sejam verdade. Caso haja um compartilhamento, procuram checar os fatos antes de fazê-lo.

O reconhecimento das notícias e a identificação se eram verdadeiras/falsas foi uma das atividades que mais chamou a atenção da pesquisadora. Lembrando que no questionário inicial os jovens estudantes afirmaram que sabiam reconhecer uma *Fake News*. No entanto, isso não se confirmou durante a atividade prática. Ao não analisarem elementos importantes na identificação da desinformação, acabaram por não reconhecer o conteúdo falso/verdadeiro. Os próprios participantes assumiram que foi mais difícil do que imaginaram.

As impressões desta atividade vêm ao encontro da necessidade de um olhar mais apurado sobre a mídia-educação e da presença do tema da desinformação nas escolas. Mesmo com a constante conexão nas redes e informações sobre *Fake News* (inclusive na mídia tradicional que promove campanhas sobre o tema), os jovens ainda caem nas armadilhas do conteúdo enganoso e nem sempre sabem identificar totalmente o que é falso/verdadeiro.

Na construção do HQ em que elementos da mídia-educação foram colocados em prática, o principal destaque da atividade foi a comunicação participativa entre os pares. De forma autônoma, democrática e sem interferência dos adultos, elaboraram um material que, embora simples visualmente, trouxe elementos importantes sobre a desinformação e o uso da vacina

contra a Covid-19 – tema polêmico no momento da oficina. Discussões feitas após a apresentação do trabalho trouxeram contribuições para a pesquisa, no sentido de demonstrar como os jovens se preocupam com temas sociais que fazem parte do seu cotidiano. Além disso, a pouca idade não os impede de estarem atentos e abertos a compreender tudo o que está acontecendo à sua volta e pensam como suas ações podem contribuir para o entendimento de outros sujeitos e para mudanças no contexto que vive a sociedade.

Por sua vez, o funcionamento do jornalismo e da produção de conteúdos ainda é um assunto pouco conhecido entre os jovens estudantes participantes da pesquisa. E no que isso importa para esse público? Essas informações são necessárias para que os sujeitos aprendem a distinguir o que é uma notícia verdadeira de uma “notícia plantada”. Ao checarem as informações poderão perceber elementos que fazem parte de universo do jornalismo e distingui-los de conteúdos enganosos e produzidos.

Enfim, eles confiam nas fontes e compartilham a informação? Os jovens estudantes assumiram que, em determinado momento, já compartilharam uma *Fake News*. Entretanto, ao descobrirem o erro se sentiram constrangidos e buscaram por outros recursos (checagem de fonte, autoria do material, matérias postadas em outros sites) para não caírem mais nas armadilhas da desinformação.

Embora o divertimento faça parte dos interesses dos jovens, todos afirmaram que, em nenhum momento, compartilharam falso conteúdo, nem que fosse apenas com o intuito de uma brincadeira. As consequências pessoais e envolvendo terceiros foram aspectos apresentados por eles para não adotarem tal prática .

Quanto às informações repassadas por pessoas próximas, os jovens estudantes costumam checar antes de compartilhar. O que mostra certa responsabilidade em relação ao compartilhamento de informações.

E, para finalizar, “por mais estranho que possa parecer”, já que este é um público altamente conectados nas redes, a mídia tradicional, ainda é vista pelos jovens estudantes que participaram da pesquisa como o meio mais confiável de receber informações. Afirmção que pode ser comprovada, tanto na declaração dos jovens durante as oficinas quanto nos dados do questionário inicial, e que demonstra como a televisão, o rádio, o jornal e os sites de notícias ainda são considerados como os mais confiáveis quando o assunto são as notícias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ser pesquisador no Brasil nunca foi uma das tarefas mais fáceis. Recursos escassos para o desenvolvimento da pesquisa, número reduzido de bolsas de estudo e valores que expressam pouco reconhecimento deste trabalho. E como todas as atividades profissionais, a dificuldade de conciliar trabalho, família, estudo e pesquisa soma-se à desvalorização e o pouco reconhecimento de sua importância, ainda mais na área das Ciências Humanas e Sociais. Se as condições da pesquisa historicamente já se mostravam desfavoráveis em nosso país, vivemos um intervalo com tentativas de modificar tal quadro entre 2003/2014, mas os percalços vividos por pesquisadores brasileiros entre 2018/2022 foram muitos.¹²⁸

Aliado a isso, a convivência com a promoção de todos os tipos de desinformação, que atingiu todos os setores da sociedade e que levou milhares de pessoas a desacreditar na ciência e nas fontes de informação confiáveis. Assim, a problemática das *Fake News* avançaram nas disputas de todos os campos, sobretudo, o campo político, com discussões acirradas e embates entre desconhecidos e familiares, principalmente pelas redes sociais, em que o *WhatsApp* assumiu um papel de destaque.

Assim, o fenômeno da desinformação ficou praticamente sem controle. E, hoje, se discute a diferença entre liberdade de expressão e a propagação de ideias antidemocráticas e, por vezes, criminosas, que envolvem a questão da regulação das redes e das plataformas, cada vez mais consideradas empresas de comunicação. Em tais espaços da mídia digital, a “profissionalização” dos conteúdos, cujas características imitam o trabalho profissional jornalístico, tem como forte aliado os próprios usuários que, por “desconhecimento” fornecem de forma “voluntária”, dados de cunho pessoal e profissional, apoiados num discurso de “gratuidade” de certos serviços prestados pelas plataformas.

Apesar de todos os avanços que a Inteligência Artificial (IA) propicia em diferentes âmbitos, seus algoritmos programados e comandados pela ação humana podem tornar-se uma ameaça sem precedentes no que diz respeito à desinformação, pois rastreiam todos os passos de navegação de quem se encontra conectado e sugerem modulações diversas. Sendo assim o

¹²⁸ Taxados de baderneiros, incentivadores de atividades ilícitas, fabricantes e usuários de drogas e promotores de discursos ideológicos de esquerda (e assim segue a lista), os docentes enfrentaram inúmeros outros desafios: o primeiro foram os cortes estratosféricos que atingiram todas as universidades federais; depois vieram outros duros golpes como a tentativa de barrar reajustes dos professores; a proposta da “Escola sem partido”; a PEC dos precatórios; a redução dos gastos com merenda escolar, entre outros. Tudo isso acontecendo ao mesmo tempo em plena crise sanitária de Covid-19 que exigiu dos docentes um trabalho hercúleo com o planejamento de aulas remotas e com a falta de equipamentos e dificuldade de acesso tanto dos professores, quanto dos próprios alunos.

denominado “extrativismo digital” atinge praticamente todos nós, já que dificilmente alguém consegue ou deseja se manter isolado das redes nos dias de hoje.

Ao perceberem os riscos na direção de uma regulamentação da internet – algo que ainda gera polêmica devido a questões éticas, principalmente em torno da garantia do livre direito à liberdade de expressão - governos, estudiosos e especialistas se veem entre a encruzilhada de encontrar uma forma segura, coerente e responsável sobre o conteúdo criado, recebido e propagado. Propostas que incluem fiscalização, punição e altas taxações em caso de danos causados por conteúdos disseminados pelas empresas e corporações gigantes da comunicação que gerenciam serviços digitais (*Apple, Microsoft, Amazon, Meta, Google*) não tem sido suficientes para minimizar o fenômeno da desinformação.

A solução do problema requer o esforço de diferentes áreas. Na especificidade deste trabalho abordamos tal questão pelo viés da Educação e Comunicação, pela proximidade epistemológica e repercussões no âmbito da mediação. Discussões em torno da transversalidade de ambas não é uma novidade, pois assim como vem ocorrendo com as mídias digitais no século XXI, os meios analógicos/de massa (jornal, rádio, televisão) também foram utilizados na educação e na construção de subjetividades entre crianças, jovens e adultos.

A Indústria Cultural, tão criticada por estudiosos da Teoria Crítica e sua forte presença via meios de comunicação de massa, estimulou por anos os desejos e ditou as regras no modo de ser, estar e se vestir das gerações. A educação, por sua vez, acompanhou os impactos dos meios massivos na sociedade, ora incorporando a transformação midiática no debate aberto em sala de aula, ora olhando com desconfiança o seu uso, com críticas à programação da televisão, aos conteúdos das histórias em quadrinhos, às músicas “inapropriadas” veiculadas por meio do rádio. Assim a problematização em torno desta temática e seu papel na formação de crianças, adolescentes/ jovens e profissionais da educação e comunicação ainda perdura no entrelaçamento destes campos.

A midiaticização da cultura e da sociedade explicitou a necessidade de trazer este assunto à pauta da educação. A tecnologia ampliou seus espaços na vida das pessoas, do âmbito privado a todos os espaços públicos, inclusive às salas de aula, sendo possível interagir com o mundo através de um aparelho que cabe na palma da mão. Um concorrente “desleal” que, ao contrário do quadro negro e de conteúdos repetidos por horas, permite a troca de saberes com múltiplos sujeitos e em tempo real e que ainda atrai as audiências pelo áudio, pelo vídeo, pelo meme, pela possibilidade de criação de conteúdos próprios, sem a “interferência” de terceiros. Uma liberdade almejada pelas juventudes por décadas.

No entanto, na dimensão do acesso e do conhecimento da linguagem, nem todos conseguem democraticamente estar conectados e tal disparidade não apenas causa impactos econômicos e sociais como aumenta ainda mais o nível de desigualdade. Nesse contexto, a disseminação desenfreada de desinformação solicita estudos e pesquisas que possam contribuir para um maior entendimento deste fenômeno e para a elaboração de propostas de uma educação midiática na perspectiva da cidadania, para além do uso instrumental da tecnologia.

Foi nesse cenário que desenvolvemos esta pesquisa, que teve como objetivo identificar as percepções de jovens estudantes sobre a desinformação, discutindo as formas de acesso, interpretação, checagem e compartilhamentos de notícias e mensagens falsas e/ou verdadeiras. Durante todo o percurso da pesquisa, que contou com momentos difíceis, em decorrência da pandemia de Covid-19 que impossibilitou, inclusive, a totalidade da realização de atividades presenciais propostas pela tese, foi possível perceber na resposta dos estudantes deste pequeno grupo a preocupação constante em relação a desinformação, ao relatarem os cuidados com a checagem, produção e o compartilhamento das notícias (mesmo vinda de seus pares) que chegam diariamente em suas redes sociais.

Os estudos teóricos permitiram ainda maior compreensão de um cenário que está em constante mudança, e a pesquisa empírica permitiu uma aproximação dos jovens. Sujeitos cujas características perpassam pela consulta diária aos perfis em rede, pelo estabelecimento de relações e amizades no espaço digital, pela pertença em várias comunidades virtuais, pelo interesse em multitarefas, pela navegação hipertextual e pelo compartilhamento de suas identidades digitais.

Nesse sentido, identificar as percepções de jovens estudantes sobre a desinformação, a capacidade de avaliar a confiabilidade das informações, de reconhecer as linguagens midiáticas, os processos interativos, e a produção/difusão de mensagens ofereceu elementos para elaborar uma proposta formativa que pudesse abordar a questão da desinformação na sala de aula.

A pesquisa em questão se mostrou desafiadora no sentido de responder indagações, tais como: a escola é o espaço primordial para o desenvolvimento das competências midiáticas?; os meios digitais seriam os mais confiáveis no sentido de propagar informações do que a mídia tradicional, segundo a visão dos jovens estudantes? Estas e outras indagações foram respondidas no decorrer da pesquisa causando, em alguns momentos, surpresas à pesquisadora como apontado na sequência.

Vale lembrar que, embora a pesquisadora já tenha navegado em sua trajetória profissional entre as duas áreas do conhecimento - Educação e Comunicação -, adentrar ao

universo adolescente/jovem na tentativa de decifrar como os indivíduos nesta fase da vida e inseridos na cultura tecnológica compreendem atuam no meio digital, exigiu reconhecê-los em suas necessidades, olhares, perspectivas, sonhos, subjetividades e percepção de mundo. Um movimento interessante, instigante e curioso para alguém que está testemunhando uma transformação no mundo analógico-digital.

Ao ouvi-los durante o levantamento de dados, foi possível perceber que é um desafio olhar o mundo por meio de seus olhares. É um movimento que nem sempre acontece de acordo com as narrativas dos próprios jovens ao afirmarem ser julgados ou ignorados por aqueles que deveriam se tornar seus “mentores” no processo de reconhecimento do universo digital. Nesse sentido, a pesquisa buscou uma aproximação com o universo das culturas juvenis de modo a discutir a questão da desinformação com fins pedagógicos.

O perfil midiático do grupo sugeriu pistas significativas sobre algumas competências no âmbito da cultura digital. No grupo que participou da pesquisa, ao contrário do que imaginava, os mais jovens demonstraram certa compreensão de aspectos do ecossistema comunicacional na sociedade, mesmo que a escola aborde a relevância desta temática de fora que deixa a desejar. A atenção dada às mensagens com conteúdo subliminares, o reconhecimento das estruturas e características do gênero notícia e a preocupação com um olhar crítico e responsável sobre o conteúdo midiático propagado pelas redes, também contribuíram na identificação das competências.

Outras agradáveis surpresas nesse processo foi identificar percepções que se aproximam da construção de certas competências midiáticas que envolvem: os cuidados na proteção dos próprios dados pessoais e profissionais; um grau de criticidade e informação básica sobre a prática de rastreamento feito pelos algoritmos que direcionam grupos específicos com as mesmas ideias e crenças; um interesse em discutir os motivos e processos que estimulam e impulsionam o fenômeno da desinformação. Ressaltam-se outros dois elementos significativos: a preocupação de encontrar fontes fidedignas e confiáveis durante o exercício da construção e compartilhamento de conteúdo digital; e o reconhecimento de que o domínio instrumental não significa a leitura crítica dos meios em sua totalidade, sendo que um mediador se faz necessário neste processo.

As oficinas de formação na perspectiva da mídia-educação, realizadas com os jovens estudantes participantes da pesquisa, sugerem certas ressignificações do sentido de algumas práticas culturais em relação ao fenômeno da desinformação. Os encontros permitiram observar que: a) mesmo preocupados com a desinformação e tomando certos cuidados os jovens ainda

têm dificuldade de identificar de forma assertiva o que é verdadeiro/falso; b) a pressão do grupo ao qual pertencem ou os sujeitos com que se relacionam, não servem de critério para dar um *like* ou mesmo compartilhar a informação recebida.; c) os jovens se mantêm atentos a conteúdos atuais divulgados nas redes e mostram uma certa preocupação em orientar seus pares sobre a veracidade dos fatos e tomar cuidados para evitar repassar conteúdos inverídicos; d) ainda há um longo percurso até que os jovens compreendam como se dá o trabalho da mídia profissional, utilizando tais conhecimentos para leitura crítica dos meios, evitando cair nas armadilhas da desinformação; e) as mídias tradicionais ainda são reconhecidas pelos jovens como meios confiáveis, abrindo brechas para discussões futuras sobre essa tendência.

A pesquisa exploratória sinalizou que jovens **moradores e estudantes em regiões diferentes e cujas características históricas e econômicas são distintas (Curitiba e Região Metropolitana) e pertencentes a períodos de escolarização diferentes**, interpretaram o processo da desinformação de forma semelhante. Certas atividades desenvolvidas nas oficinas demonstraram que nessa fase da vida eles possuem um olhar crítico e até certo ponto semelhante sobre a desinformação, e uma preocupação com a construção, o compartilhamento e a checagem das informações que chegam até eles via redes sociais. Na especificidade do grupo tal questão surpreendeu a pesquisadora, mas não pretendemos generalizar tal observação.

As discussões entorno da desinformação e os perigos ocasionados pela prática irresponsável de pessoas/grupos mal-intencionados faz com que os jovens confiem mais no que noticiam os meios de comunicação de massa tradicionais (televisão, rádio, jornal). Mesmo sendo assíduos usuários das redes, o que chega por estes canais de comunicação normalmente é conferido por eles através da busca em sites de notícias de cunho jornalístico das mídias tradicionais, consideradas mais responsáveis e confiáveis em relação ao trato da notícia. Para os participantes da pesquisa, *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp* são apontados como os grandes vilões quando o assunto é a desinformação.

A confiança na mídia tradicional apontada pelo grupo desta pesquisa trouxe reflexões importantes já que vai na direção contrária aos dados apresentados por um estudo elaborado pela Skema Publika, *think tank* da Skema Business School¹²⁹, divulgado em 2022 e intitulado “EYES 2021 (Emergy Youth Early Signs)” e que contou com a participação de 2,8 milhões de pessoas com idades entre 18 e 24 anos. Ao contrário do grupo da tese, a pesquisa feita pela

¹²⁹ Disponível em: <https://publika.skema.edu/>. Acesso em: 28/06/2023, às 15h.

Skema mostrou uma profunda e generalizada desconfiança com a mídia tradicional, entre jovens de cinco continentes.

Foram analisadas postagens de mídia social nos Estados Unidos, Brasil, China, França e África do Sul cujos tópicos políticos foram: grande mídia e imprensa; redes sociais; segurança; novas tecnologias; e mundo do trabalho. Pelos dados do relatório os jovens estariam se afastando dos meios de comunicação tradicionais como fonte primária de notícias dando prioridade às redes sociais. Nos Estados Unidos, por exemplo, os jovens associam “notícias falsas” a mídia/imprensa”, 10,5 vezes mais do que nas mídias sociais. No Brasil, as opiniões sobre a mídia tradicional também se mostraram negativas, ao contrário da mídia social que se apresentou mais favorável.

Outra pesquisa que merece destaque é a dissertação de André Ricardo Carbone (2022), intitulada “Desinformação e Competências Midiáticas: Consumo de notícias esportivas pelos jovens paulistas¹³⁰”. Navegando pela investigação de competências midiáticas e os fluxos comunicacionais de jovens paulistas em relação ao consumo midiático de conteúdo esportivo o estudo se debruçou em entrevistas com um grupo de doze jovens com idade entre 18 e 21 anos, moradores da cidade de São Paulo.

Os dados apontados pelos jovens mostram uma confiança em poucos veículos da mídia tradicional, principalmente os que detêm os direitos de transmissão de jogos de futebol. Mesmo com informações disseminadas por veículos oficiais de imprensa, quando o assunto é a transferência de jogadores a credibilidade dos veículos é colocada em xeque. Há ainda falta de confiança em notícias de veículos com tendências sensacionalistas e que costumam utilizar de manchetes de cunho agressivo. Os pesquisados ainda questionam a imparcialidade de jornalistas e comentaristas destes veículos de comunicação oficiais.

A contradição entre os grupos das pesquisas aqui citadas deixa claro que ainda há um caminho longo a se trilhar no sentido de coleta de dados cujo objetivo principal é a compreensão efetiva sobre os olhares dos jovens, as competências e seus consumos midiáticos. A junção de informações pertinentes à temática e coletadas junto a grupos em condições culturais, sociais e econômicas diferenciados pode culminar em políticas públicas que garantam uma educação midiática que amenize os estragos causados pelo vírus da desinformação.

¹³⁰ CARBONARE, André. **Desinformação e competências midiáticas: consumo de notícias esportivas pelos jovens paulistas.** ESPM: São Paulo: 2022. Disponível em: https://tede2.espm.br/bitstream/tede/618/2/Andre_ricardo_carbone.pdf. Acesso em: 28/06/2023, às 15h02.

Vale destacar que a escola, por sua vez, mesmo sendo o espaço para trabalhar as competências midiáticas para o desenvolvimento de uma literacia crítica parece enfrentar muitos desafios, e deixa a desejar neste quesito. Os jovens participantes da pesquisa foram categóricos ao afirmar ser pouco usual integrar as ferramentas midiáticas no cotidiano e na condução das aulas, tampouco a realização de debates, discussões e desenvolvimento de atividades que envolvam a mídia-educação e a promoção de uma literacia para a mídias. Aspecto que referenda a constatação de diversos estudos no campo da Educação e Comunicação.

Sendo assim, propostas educacionais precisam urgentemente ser revistas e estimuladas sobre a ótica e a realidade vivenciada pelos jovens estudantes, objetivando a ampliação dos repertórios culturais e midiáticos e propiciando momentos de compreensão, reflexão e críticas dos meios, priorizando a produção de conhecimento colaborativo e coletivo. Os direitos de uma educação para a cidadania propostos pela mídia-educação envolvem a crítica, a cultura e a participação. E essa formação deve acontecer em todos os níveis de ensino, como argumenta Fantin (2012, 450), pois “o importante é não perder de vista que a presença da mídia-educação sistematizada no ensino, mais do que uma necessidade, é hoje condição de pertencimento e de cidadania instrumental e cultural”.

Essa formação é necessária não só em decorrência do fenômeno da desinformação, que exige uma leitura crítica dos meios na manutenção da democracia, como também pelo surgimento de novas e importantes ferramentas de Inteligência Artificial (IA), que ganham cada vez mais espaço dentro/fora da escola. E isso demanda mais pesquisas.

Entre tantas “novidades tecnológicas” e a dificuldade de acompanhar suas repercussões, a mais recente discussão gira em torno da plataforma altamente sofisticada de IA, denominado ChatGPT (criado pela OpenAI), que tanto pode promover uma “mudança/revolução” na forma de ensinar, como remeter às velhas práticas como o texto escrito a mão e a avaliação oral. Capaz de elaborar textos argumentativos (longos e até resumidos), também resolve problemas matemáticos num curto espaço de tempo. No entanto, a dificuldade de identificar a autoria e o que realmente foi produzido pelo aluno ou pela IA deve fazer com que muitas questões didáticas e pedagógicas sejam repensadas. E embora ainda seja muito cedo para saber os desdobramentos do Chat GPT na escola e na educação, sabemos que mediado por algoritmos, ele pode organizar dados de forma coerente, mas dificilmente será capaz de um pensamento crítico, como diz

ênfatisa Almeida¹³¹. Assim, discussões ainda devem seguir com o intuito de promover alternativas responsáveis e éticas para o uso da tecnologia na educação.

Sendo assim, as contribuições dos autores da Educação e da Comunicação aqui elencados, a proposta de dar espaço e voz aos jovens estudantes sobre a temática da desinformação através da realização das oficinas (*online* e presencial), e as descobertas sobre as formas como esses sujeitos interpretam, compreendem, compartilham e consomem informações, levam o trabalho de pesquisa a propor que se ultrapassem as barreiras de um único espaço de formação para literacia midiática. Lembrando que o ato de aprender se dá dentro e fora dos muros da escola. Portanto, a sociedade como um todo (**organizações e instituições cívicas**) devem propor soluções no combate a desinformação no sentido de uma preparação efetiva dos jovens para o futuro, com perspectivas de formação de pensamento crítico e de compreensão das mídias e de seus interesses.

Embora a escola tenha um papel fundamental neste processo, por estar diretamente ligada à formação dos estudantes, não cabe apenas e unicamente a ela a enorme responsabilidade. Espaços de formação e uso de tecnologias e suas ferramentas são chamarizes para atrair os jovens através de propostas viáveis de discussão e formação, de baixo custo e com possibilidades efetivas de sucesso. Destaca-se neste sentido, a própria proposta de oficina deste trabalho que, embora realizada com a participação de um pequeno grupo, se mostrou **significativa** em relação às discussões sobre a temática. Além disso, durante os encontros houve interesse por parte dos **jovens estudantes**, principalmente nas atividades práticas que envolviam aspectos do cotidiano e da relação com a cultura midiática, tais como: jogos; uso de aplicativos para a realização de tarefas e discussões; *quizzes*; brincadeiras *online*; vídeos; e fotografias.

Ressaltando que investimentos na formação dos jovens sobre literacia midiática - incluindo neste sentido a temática da desinformação - contribuem ainda para que esse público desenvolva o sentimento de pertença e se **torne multiplicador** de conhecimento. Certamente serão eles que terão maior chance e possibilidade de enfrentar diretamente as barreiras com as audiências de dentro da própria casa, muitas delas ainda presas às suas crenças e envoltas num universo de desinformação que precisa urgentemente ser combatido.

¹³¹Disponível em: https://jornal.usp.br/radio-usp/na-educacao-o-chatgpt-nao-estimula-o-pensamento-critico/?fbclid=IwAR1ff8fl3tH2SulxmSYmeU-olK01JvV1ib7rxOfGw7BJt9Yx_h_nekmoIC8. Acesso em: 17/03/2023, às 10h56.

Por sua vez, a própria mídia deve estar mais próxima da sociedade, da escola e, principalmente, dos jovens. Durante a pesquisa foi possível ver a importância dada a mídia tradicional pelos jovens pesquisados. Além disso, há uma carência de informações sobre como os profissionais da imprensa realmente constroem a informação. Sendo assim, a proximidade se torna fundamental não apenas em projetos esporádicos desenvolvidos por empresas de comunicação em escolas do Brasil. Trata-se de uma aproximação efetiva de orientação e formação continuada de docentes, de visitas técnicas às redações, de exercícios de checagem de dados, de preparação para leitura crítica dos meios, de **formação e capacitação** de jovens estudantes no sentido de que aprendam a produzir conteúdo de forma responsável, primando pelos interesses da sociedade como um todo. Propostas que podem ser englobadas, inclusive, nos currículos dos cursos de Pedagogia, Jornalismo, **Comunicação**, Publicidade e Propaganda e todas as licenciaturas.

E para finalizar este estudo sobre desinformação, apresentamos as percepções dos próprios participantes da pesquisa sobre a vivência prática da oficina e, principalmente, sobre as contribuições a partir dos conhecimentos adquiridos durante a experiência vivida naquele espaço formativo. Os comentários elaborados num questionário final se aproximou de uma devolutiva parcial e mostram não só o interesse de jovens estudantes em decifrar e enfrentar o fenômeno da desinformação, como também a necessidade de um olhar mais atento da escola tanto para o desenvolvimento de atividades transversais e mídia educativas que transitem por todas as disciplinas.

“Aprendi muitas coisas interessantes. Mudei meu modo de ver as notícias. Agora, com certeza, vou prestar mais atenção. Aconselho a cada um que sempre pesquise antes de compartilhar algo, pois você pode prejudicar muitas pessoas que ao menos conhece”. B, 14 anos.

“A informação está em todos os lugares da nossa vida e molda a nossa sociedade. Quando há alguma coisa que é falsa, pode trazer muitos problemas na vida das pessoas. Pode afetar até mesmo a saúde. No caso de uma pessoa desesperada pelo emagrecimento, por exemplo, se ela receber uma notícia que diz que comer espinhos ajuda na perda de peso ela vai comer, e pode morrer. Não é uma coisa engraçada. É preocupante e urgente”. (MV, 14 anos)

“Para aqueles que estão lendo essa resposta agora, aconselho que olhem com cuidado as notícias, pois para ficar bem-informado sobre o que acontece no mundo é necessário checar as informações, evitando assim, ser enganado”. (H, 16 anos)

“Uma informação falsa pode gerar um problema gigantesco. Agora sempre fico com um pé atrás quando vejo notícias e analiso se o site que consultei é confiável”. (Mítico, 18 anos)

Nestas impressões, jovens estudantes participantes da pesquisa, não só revelaram suas visões sobre o mundo, a mídia e o fenômeno da desinformação, como também deixaram pistas pelo caminho para uma educação mais sintonizada com os desafios do século XXI e com a possibilidade de um empoderamento midiático e digital mais crítico, responsável e consciente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, H. **Cenas juvenis: punkes e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: ANPOCS, 1994.

ABRAMS, M. **The Teenage Consumer**. Londres: Press Exchang, 1959.

ABRANCHES, Sérgio. **A era do imprevisto**. A grande transição do século XXI. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

ABRANCHES, M. **Colegiado escolar: espaço de participação da comunidade**. São Paulo: Cortez, 2003.

ABRANTES, Pedro. **Identidades juvenis e dinâmicas de escolaridade**. In: Revista Sociologia, Problemas e Práticas, nº 41, 2003. p. 93-115. Disponível em: <https://sociologiapp.iscte-iul.pt/pdfs/41/454.pdf>. Acesso em: 24/12/2021, às 9h.

ABERASTURY, A.; KNOBEL, M. **Adolescência normal**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1988.

ADORNO, T.W. (1962). A Indústria Cultural. In: COHN, G. Theodor W. Adorno. Coleção Sociologia. São Paulo: Ática, 1986. p. 92-99.

AGUADED, Ignacio & PÉREZ-ESCODA, Ana & RODRÍGUEZ-CONDE, M.º José. **Digital Generation vs. Analogic School. Digital Skills in the Compulsory Education Curriculum**. Digital Education Review. Nº. 30, 2016, págs. 165-183. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5772408>. Acesso em: 13/08/2019, às 13h39.

AGUADED, Ignacio. **Desenvolvimento de competência midiática no contexto latino-americano**. Letral: revista eletrônica de Estudos Transatlânticos. Número 20 Extra, 2018, p. 156-182. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6523793>. Acesso em: 16/08/2019, às 13h28.

AGUADED, Ignacio & MARÍN-GUTIÉRREZ, Isidoro & CALDEIRO-PEDREIRA, Mari-Carmen. **Desarrollo de la competencia mediática em el contexto ibero-americano**. Revista Letral, nº 20, 2018. Disponível em: <https://revistaseug.ugr.es/index.php/letral/article/view/7814>. Acesso em: 18/04/2022, às 8h22.

AGUADED, Ignacio & DEL RIO, Mônica Bonilla. **A escola na era digital:** Smartphones, aplicativos e programação no ensino fundamental e seu impacto na competência de mídia dos alunos. Pixel-Bit: Journal of mídia e educação. Número 53, 2018, p. 151-156. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6630360>. Acesso em: 15/08/2019, às 13h33.

AGUILERA RUIZ, O. (2009). **Los estudios sobre juventud en Chile:** coordenadas para un estado del arte. Última década, 17(31), 109-127.

ALÉSSIO, R. L. S & APOSTOLIDIS, T & SANTOS, M. F. S. (2008). **Entre o aborto e a pesquisa:** O Embrião na Imprensa Brasileira. Psicologia: Reflexão e Crítica, 21(3), 455-463.

ÁLVAREZ-BENAVIDES, A., & JIMÉNEZ AGUILAR, F. (2020). **Estratégias de comunicação da nova extrema direita espanhola.** Do social home ao vox, do alterativismo à doutrina do choque. Revista Latino-Americana de Estudos de Paz e Conflitos, 1 (2), 55–78. Disponível em: <https://doi.org/10.5377/rlpc.v1i2.9833>

ALONSO, L. B. N., FERNEDA, E., & SANTANA, G. P. (2010). **Inclusão digital e inclusão social: contribuições teóricas e metodológicas.** Barbarói, 154-177. <https://doi.org/10.17058/barbaroi.v0i0.1289>. Acesso em: 24/02/2023, às 18h16.

ALMEIDA, E & VALENTE, J. **Integração currículo e tecnologias e a produção de narrativas digitais.** Currículo sem fronteira, v 12, n.3, p. 57-82, set/dez, 2012.

AMARAL, I. **Redes sociais na internet:** sociabilidades emergentes. Covilhã: LABCOM.PFP, 2016.

AMARAL, A.& QUADROS, C. **Agruras do Blog:** o jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço? Razón y Palabra,v.5, n. 53,2006.

ARAUJO, Regina Borge de. **Computação Ubíqua:** Princípios, tecnologias e desafios. Disponível em: http://professordiovani.com.br/rw/monografia_araujo.pdf. Acesso em: 28/08/2021, às 9h44.

ARAUJO, A. M. & MATTOS, C. L. G. **Exclusão digital e educação:** a infraestrutura como condição primária. Revista Multidisciplinar de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura do Instituto de Aplicação Fernando Rodrigues da Silveira (CAp-UERJ), v. 7, n. 16, Dez. 2018.

ARETIO, Lorenzo García. **Necesidad de uma educación digital en um mundo digital**. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia. (2019).

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. Trad. Mauro W. Barbosa. São Paulo. Ed. Perspectiva. 2001.

_____. “Verdade e Política”. In: **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

ASH, Timothy Garton. **A livre expressão num mundo interconectado**. Liberdade de Expressão em Debate. Disponível em: <https://freespeechdebate.com/pt-pt/o-projeto/>. Acesso em: 10/10/2022, às 11h05.

AUTRAN, Arthur & DIVARDIN, Danielle. **Cinema educativo**. IN: MILL, Daniel (org.) **Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias de Educação a Distância**. Campinas, SP: Papirus, 2018.

BACICH, Lilian & MORAN, José (Orgs). **Metodologias ativas para uma educação inovadora**. Uma abordagem teórico-prática. Porto Alegre: Penso, 2018.

BAIENSON, J. N. (2021). **Nonverbal overload**: A theoretical argument for the causes of Zoom fatigue. Technology, Mind, and Behavior. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2021-22045-001>. Acesso em: 22/02/2023, às 9h28.

BARBERO, Jesús Martín. **Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular**. Diálogos de la Comunicación, Lima, n. 19, p. 24-29, 1988.

_____. **A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens**. IN: BORELLI, Silvia H, S & FILHO, João Freire (Orgs). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educ, 2008.

_____. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 2009.

_____. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto: 2014.

_____. **Jóvenes: comunicación e identidad.** Pensar Iberoamericana (2002). Disponível em: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a03.htm>. Acesso em: 14/03/2023, às 11h22.

BARBOSA, Marialva & FERNANDES, Marcio & MORAIS, Osvando J (Orgs.) **Comunicação, Educação e Cultura na Era Digital.** São Paulo: Intercom, 2009.

BARRETO JUNIOR, I. F., & RODRIGUES, C. B. (2012). **Exclusão e inclusão digitais e seus reflexos no exercício de direitos fundamentais.** Revista Direitos Emergentes Na Sociedade Global, 1(1), 169–191. <https://doi.org/10.5902/231630545958>.

BARBOSA DA SILVA, M. & BORGES, G. & FANTIN, M. & ALMEIDA PIMENTA, M. A. & AGUADED, I. **Competência midiática em crianças de 9 a 12 anos em cenários brasileiros.** Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 44, n. 1, 2021. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3487>. Acesso em: 15 mar. 2023, às 10h33.

BARRETO, Junior & RODRIGUES, Cristina Barbosa. **Exclusão e inclusão digitais e seus reflexos no exercício de direitos fundamentais.** Redes Emergenciais na Sociedade Global (REDESG). V. 1 n. 1 (2021). Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/REDESG/article/view/5958>. Acesso em: 02/01/2023, às 13h46.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno.** Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BAUMAN, Zygmunt & LEONCINI, Thomas. **Nascidos em tempos líquidos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

BEGA, M. T. SALLAS, A.L. **Por uma Sociologia da Juventude – Releituras Contemporâneas.** Revista Política & Sociedade, n. 8 abril de 2006.

BELL, D. **The coming of post-industrial society.** A venture in social forecasting. New York: Basic Books, 1973.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação.** Polêmicas do nosso tempo. Campinas, SP: Autores Associados, 2005.

BENNETT, L & LIVINGSTON, S. **A ordem da desinformação: comunicação disruptiva e o declínio das instituições democráticas.** Sage Journals, volume 33, edição 2. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323118760317>. Acesso em: 24/12/2022, às 17h25.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. In: **Obras escolhidas**. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOGDAN, Robert & BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**. Uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Editora Porto, 1994.

BONILLA, Maria Helena Silveira & PRETTO, Nelson De Luca. **O Marco Civil da Internet - desafios para a educação**. Trabalho do GT 16 Educação e Comunicação. EPENN, 2014.

BORELLI, Silvia, H.S & FILHO, João Freire (Orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educ, 2008.

BORELLI, Silvia, H.S & ROCHA, Rose de Melo & OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves (coordenadoras). **Jovens na cena metropolitana**. Percepções, narrativas e modos de comunicação. São Paulo: Paulinas, 2009.

BORGES, G & SILVA, M. B. (2019). **Competências midiáticas em cenários brasileiros e euroamericanos** (Report No. 2070.01.0001118/2020-85). Fapemig - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais.

BORGES, G & FANTIN, M. **Competências midiáticas e a produção audiovisual entre jovens: experiências investigativas e formativas**. In: BORGES, G. & SILVA, M. B. (orgs). **Competências midiáticas em cenários brasileiros: interfaces entre comunicação educação e artes**. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2019, p. 57-72. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/15gm5LyzgjX0xJ7fLoIYfF2Av4eAdGA4B/view>. Acesso em: 02/03/2023, às 10h36.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOUNEGRU, L & GRAY, J & VENTURINI, T. & MAURI, M. et al. (2017). **A field guide to “fake news” and other information disorders**. Amsterdam: Public. Data Lab. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3097666 . Acesso em: 31/01/2020.

BOYD, Danah. **Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications**. PAPACHARISSI, Zizi (Ed.). A networked self: Identity, community, and culture on social network sites. Routledge, 2010.

_____. **É complicado as vidas sociais dos jovens em rede.** Lisboa: Editora Relógio D'Água, 2015.

BUCKINGHAM, David. **Apresentando a identidade.** Youth Identity and Digital Media MIT Press 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283985870_Introducing_Identity. Acesso em: 01/12/2022, às 11h50.

_____. **Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização.** Educ. Real., Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 37-58, set./dez., 2010.

_____. **The Material Child: Growing up in Consumer Culture.** New York: Polity Press, 2011.

_____. (2012). **Precisamos realmente de educação para os meios?** Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/73536>. Acesso em: 10/02/2023, às 17h53.

_____. **Por uma pedagogia das mídias.** Entrevista concedida a Januária Alves. Brasil Educação, 22/01/2021. Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2021/01/22/david-buckingham-midias/>. Acesso em: 30/01/2021, às 13h32.

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** Barueri/ SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

_____. **A superindústria do imaginário.** Como o capital transformou ou olhar em trabalho e se apropriou de tudo o que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BRAKE, David R. **Shaping the "me" in MySpace:** the framing of profiles on a social network site. in: Lundby, K. (ed.) Digital storytelling, mediatized stories: self-representations in New Media. New York: Lang.

BRESSAN, M. L. Q. & AMARAL, M. A. (2015). **Avaliando a contribuição do scratch para a aprendizagem pela solução de problemas e o desenvolvimento do pensamento criativo.** Revista intersaberes, 10 (21), 509-526. Disponível em: <https://www.revistasuninter.com/intersaberes/index.php/revista/article/view/866>. Acesso em: 16/03/2023, às 19h18.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. De Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

BRITTES, Maria José & AMARAL, Inês & CATARNINO, Fernando. **A era das “fake news”: o digital storytelling como promotor do pensamento crítico**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/326678418_A_era_das_fake_news_o_digital_storytelling_como_promotor_do_pensamento_critico_The_era_of_fake_news_digital_storytelling_as_a_promotion_of_critical_reading. Acesso em: 05/09/2021, às 20h38.

BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura**. Sob o olhar dos Estudos Culturais. São Paulo: Paulinas, 2009.

BRITO, G. S. . **A inclusão digital do professor**. Inclusão digital pressupostos teóricos, Curitiba- PR, v. 1, p. 21-23, 2005.

_____. **Cultura, Escola e Processos Formativos em Educação: Percursos Metodológicos e Significativos**. 1. ed. Rio de Janeiro: BG Business Graphics Editora, 2020. v. 1. P. 258.

BRITO, Glaucia da Silva & PURIFICAÇÃO, Ivonélia. **Educação e novas tecnologias: um repensar**. Curitiba, PR: IBPEX, 2006.

BRITTO, Vera Maria & LOMONACO, José Fernando Bitencourt. **Expectativa do professor: implicações psicológicas e sociais**. *Psicol. cienc. prof.*, 1983, vol.3, no.2, p.59-79.

CALLIGARIS, Contardo. **A adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

CALDEIRO-PEDREIRA & CARMEN-MARI & AGUADED, Ignácio. **Estou aprendendo, no me molestes la competencia mediática como forma de expresión crítica de nativos e inmigrantes digitales**. *Redes.com*, nº 12, 2015, pp. 25-45. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/301610013_Estoy_aprendiendo_no_me_molestes_la_competencia_mediatica_como_forma_de_expresion_critica_de_nativos_e_inmigrantes_digitaes. Acesso em: 12/12/2022, às 10h55.

_____. **Alfabetización comunicativa y competencia mediática em la sociedade hipercomunicativa**. *Revista Digital de Investigación em Docencia Universitaria*, nº 1, vol. 9, 2015, pp. 37-56. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156473>. Acesso em: 11/12/2022, às 23h45.

CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

CANCLINI, Néstor, URTEAGA, Maritza. **Cultura y Desarrollo** – Uma visión crítica desde los jóvenes. Buenos Aires: Paidós, 2012.

_____. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2015.

CANDAU, Vera Maria. **Reinventar a escola**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

CANÁRIO, Rui. **A escola tem futuro?** Das promessas às incertezas. Porto Alegre: Artmed, 2006.

CARBONELL, Jaume. **Pedagogia do Século XXI**. Bases para a inovação educativa. Porto Alegre: Penso, 2016.

CARDOSO, Tarcísio. **Humanidades digitais e agenciamento algorítmico**. **TransObjeto**, 2019. Disponível em: <https://transobjeto.wordpress.com/2019/03/23/humanidades-digitais/>. Acesso em: 05/03/2023, às 19h35.

CARRANO, P.e FÁVERO. (org). **Narrativas Juvenis E Espaços Públicos: Olhares De Pesquisas em Educação Mídia e Ciências Sociais**. Niterói: Editora da UFF, 2014.

CARRANO, Paulo. **Juventudes: as identidades são múltiplas**. Movimento: Revista da Faculdade de Educação da Universidade Federal Fluminense. n. 1, p. 11-28, mai. 2000. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revistamovimento/article/view/32415>. Acesso em: 10/02/2023, às 11h24.

_____. **Práticas sociais educativas na cidade**. In: Juventudes e cidades educadoras. Rio de Janeiro: Vozes, 2003. p. 15-27.

_____. **Identidades Juvenis e escola**. In: Construção coletiva: contribuições à educação de jovens e adultos. — Brasília : UNESCO, MEC, RAAAB, 2005. Disponível em: file:///C:/Users/sobri/Downloads/Identidades_juvenis_e_escola.pdf.

_____. **Territórios Juvenis**. Disponível em: <https://paulocarrano.blog/2013/10/22/territorios-juvenis/>. Acesso em: 08/02/2023, às 11h.

_____. **As escolas deveriam se convencer de que não são a fonte do acesso ao saber**. Disponível em: <https://paulocarrano.blog/2017/02/16/eas-escolas-deveriam-se-convencer-de-que-nao-sao-a-fonte-do-acesso-ao-saber/>. Acesso em: 08/02/2023, às 10h37.

CARVALHO, Alexandre Filordi de & GALLO, Silvio (Org). **Repensar a educação**. 40 anos após Vigiar e Punir. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2015.

CARVALHO, Felipe. **2021 e a cultura do cancelamento**: ano em que mais se discutiu sobre rejeição online. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/2021-e-a-cultura-do-cancelamento-ano-em-que-mais-se-discutiu-sobre-rejeicao-online/>. Acesso em: 21/09/2022, às 12h03.

CARVALHO, Rafiza Luziani Varão Ribeiro. **Notícias falsas ou propaganda?** Uma análise do estado da arte do conceito Fake News. Questões transversais. Revista de Epistemologias de Comunicação. Vol. 7 nº 13 janeiro/junho/2019. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/19177/PDF>. Acesso em: 24/02/2023, às 21h40.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2003

_____. **O espaço de fluxos**. In: CASTELLS, M. A sociedade em rede 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v. 1. cap. 6. p. 467-521.

_____. **Redes de indignação e esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. A arte de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CHARLOT, Bernard & CHARLOT DA SILVA, Veleida Anahi. **O negacionismo: uma crise social da relação com a “verdade” na Sociedade Contemporânea**. Revista Internacional Educon. Volume 2, nº 3. set/dez 2021. Disponível em: <https://grupoeducon.com/revista/index.php/revista/article/view/1736>. Acesso em: 08/02/2023, às 11h41.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto: 2012.

CHATES, Tatiane de Jesus (Org). **Perspectivas educacionais em tempos de pós-verdade**. Jundiaí: Pacto Editorial, 2017.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e Educação**. Linguagem em movimento. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

_____. **Palavras, Meios de Comunicação e Educação**. São Paulo: Cortez, 2006.

CITELLI, Adilson & BERGER, Christa & BACCEGA, Maria Aparecida & LOPES, Maria Immacolata Vassallo & FRANÇA, Vera Veiga. **Dicionário de Comunicação**. Escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.

COGO, Denise & MAIA, João. **Comunicação para cidadania**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2006.

COLAÇO, Veriana & GERMANO, Idilva & MIRANDA, Luciana Lobo & BARROS, João Paulo (Orgs). **Juventudes em Movimento**. Experiências, redes e afetos. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora 2019.

COMTE A. (1998). **Cours de philosophie positive**, Vol. 1-2, Paris: Hermann [The positive philosophy, Sunrise, FL.: AMS, 1987] [1830-1842].

CONSANI, Marciel. **Como usar o rádio em sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2007.

COPE, B & KALANTZIS, M.(Eds). **Multiliteracies: literacy learning and the design of social futures**. New York: Routledge, 2000/2007.

CLARKE, John & HALL, Stuart & JEFFERSON, Tony & ROBERTS, Brian. **Subculturas Y Clase**. In: HALL, Stuart & JEFFERSON, Tony (Orgs). **Rituales de Resistência: subculturas juveniles en la Gran Bretaña de Postguerra**. Madrid: Traficantes de Sueños. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/url/view.php?id=2535981>. Acesso em: 15/01/2023, às 14h34.

COCCO, Ricardo. (2017) **Interfaces entre os média e a educação: territórios discursivamente compartilhados e espaços de produção de sentidos**. IN: PEREIRA, S & PINTO, M (Eds), **Literacia, Media e Cidadania**. Livro de Atas do 4º Congresso (pp. 182-193). Braga: CECS.

COPE B. & KALANTZIS M. (2010). **O professor como designer: pedagogia na era das novas mídias**. Sage Journals. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.2304/elea.2010.7.3.200>. Acesso em: 15/03/2023, às 11h27.

COSTA, E. A. et al. **Repensar as Tic na Educação: o professor como agente transformador**. Carmaxide: Santillana, 2012.

COSTA, Maria-del-Pilar & PUCHE, Javier Serrano & PORTILLA, Idoia & BLANCO, Cristina Sánchez. **La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online**. Comunicar. Revista Científica de Educomunicación. Nº 59, v. XXVII, 2019.

COULDRY, Nick & MEJAS, Ulisses. **The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism**. Stanford University Press. Estados Unidos, 2019.

COUTINHO, C.; LISBÔA, E. **Sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem: desafios para a educação no século XXI**. Revista da Educação, XVIII, 5- 22. 2011.

CRESWELL, John W. **Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRUZ JUNIOR, G.(2018). **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. *Educação Temática Digital*, v.21(1) p.278-284.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade - A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News**. Barueri, SP: Faro Editorial, 2018.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa**. In: DENZIN, Norman K. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. Trad Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DILTHEY, W. (1989). **“Introduction to the Human Sciences”, in idem, Selected works, Vol. I, Princeton: Princeton University Press** [““Einleitung in die Geisteswissenschaften”, in idem, Gesammelte Schriften, Band 1, , Leipzig, 1914] [1883].

DOLTO, Françoise. **A causa dos adolescentes**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

DORA, Denise & FONTELES, Juliana & BANDEIRA, Olivia & MIELLI, Renata. **Ataques à liberdade de expressão são ameaças a democracia**. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2020/Ataques-%C3%A0-liberdade-de-express%C3%A3o-s%C3%A3o-amea%C3%A7a-%C3%A0-democracia>. Acesso em: 10/10/2022, às 11h.

EMPOLI, Da Giuliano. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

ERIKSON, E. **Identidade, juventude e crise**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografia dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2006.

FANTIN, Mônica. **Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália**. 1. ed. Florianópolis: Cidade Futura, 2006. v. 1. 264p.

_____. **Crianças, cinema, mídia e educação: olhares e experiências no Brasil e na Itália**. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-Graduação em Educação - Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2006.

_____. **Mídia-educação: aspectos históricos e teórico-metodológicos**. Olhar de Professor (UEPG. Impresso), v. 14, p. 27-40, 2011.

_____. **Mídia-Educação no ensino e o currículo como prática cultural**. Currículo sem Fronteiras, v. 12, n. 2, p. 437-452, maio/ago. 2012.

_____. **Contextos, perspectivas e desafios da mídia-educação no Brasil**. In: Ilana Eleá. (Org.). **Agentes e vozes: um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha**. 1ed. Göteborg: Nordicon, 2014, v. 1, p. 49-57.

_____. **“Nativos e imigrantes digitais” em questão: crianças e competências midiáticas na escola**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação- UFC. Ceará: volume 7, nº 1, ano 2016, pp. 5-26.

_____. **Múltiplas faces da infância na contemporaneidade:** consumos, práticas e pertencimentos na cultura digital. Revista de Educação Pública, v. 25, p. 596-617, 2016.

_____. **Conhecimento estético, tecnologias da sensibilidade e experiências formativas de crianças, jovens e professores.** Revista tempos e espaços em educação (online), v. 11, p. 39-54, 2018.

FANTIN, Mônica & GIRARDELLO, Gilka (Orgs.) **Liga, Roda, Clica.** Estudos em mídia, cultura e infância. Campinas, SP: Papirus, 2008.

_____. Questões e perspectivas da pesquisa com e sobre crianças no contexto da mídia e da cultura. In: SIMPÓSIO LUSO-BRASILEIRO EM ESTUDOS DA CRIANÇA, 2, 2014. Porto Alegre. Anais [...] Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://docplayer.com.br/11915477-Questoes-e-perspectivas-da-pesquisa-com-e-sobre-criancas-no-contexto-da-midia-e-da-cultura-monica-fantin-ufsc-gilka-girardello-ufsc.html>. Acesso em: 10/02/2023, às 20h13.

_____. Educação e Tecnologias Digitais: práticas culturais e mediações possíveis. 2020.

FANTIN, Mônica & RIVOLTELLA, Pier Cesare **Interfaces da docência (des)conectada.** In: 33ª. Reunião Anual da ANPED, Caxambu, Caxambu, 2010 a. Disponível em <http://www.anped.org.br/33encontro/app/webroot/files/file/Trabalhos%20em%20PDF/GT16-6512--Int.pdf>. Acesso em: 11/02/2023, às 12h10.

_____. **Crianças na era digital:** desafios da comunicação e da educação. Revista Estudos Universitários. Sorocaba, v.36, n.1 (pp89-104) junho 2010.

_____. **Cultura digital e escola.** Pesquisa e formação de professores. Campinas, SP: Papirus, 2012.

FEIXA, Carles, MOLINA, Fidel y ALSINET, Carles. **Movimientos juveniles en América Latina.** Pachuchos, Balandros, Punketas. Barcelona: Editorial Ariel, 2002.

FEIXA, Carles. **La tribu juvenil.** Una aproximación transcultural a la juventud. Torino (Italia): L'Occhiello. Prêmio de Ensayo Europa, 1988.

_____. **De Jóvenes, bandas y tribus.** Barcelona: Ariel, 2012.

_____. **De la Generación@ a la #Generación. La juventud en la era digital.** Barcelona: Nuevos Emprendimientos Editorial, 2014.

FERRARI, A. (2012). **Digital competence in practice: an analysis of frameworks.** Sevilla: JRC-IPTS.

FERRÉS, Joan & PISCITELLI, Alejandro. **Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores.** Lumina. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Juiz de Fora, MG: UFJF, vol. 9, nº 1, junho de 2015.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

_____. GUIMARÃES, Sérgio. **Sobre educação** (Diálogos – vol. 2). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

_____. **Educação como prática de liberdade.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

_____. ***Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática Educativa.*** São Paulo, SP: Paz e Terra, 2011.

FREIRE, Paulo. & MACEDO, Donaldo. **Alfabetização: leitura do mundo, leitura da palavra.** Tradução Lólio Lourenço de Oliveira. 4.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

FRELON, Deen & WELLS, Chris. **Disinformation as Political Communication.** Political Communication, volume 37, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/10584609.2020.1723755?scroll=top&role=tab>. Acesso em: 24/12/2022, às 15h.

FREUD, A. **La adolescencia encunto perturbacion del desarrollo.** In: CAPLAN, L. (Org.). El desarrollo del adolescente. Buenos Aires: Paidós, 1969. p. 15-24.

FREITAS, H. & JANISSEKMUNIZ, R. & ANDRIOTTI, F. K & FREITAS, P & COSTA, R. S. **Pesquisa via Internet: características, processo e interface.** Revista Eletrônica GIANTI, Porto Alegre, 2004.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Cinema e juventude: uma discussão sobre ética das imagens.** 37(1), 42–51. <https://doi.org/10.15448/1981-2582.2014.1.15008>.

FORQUIN, Jean Claude. **Escola e cultura.** As bases sociais e epistemológicas do conhecimento escolar. Porto Alegre, Artes Médicas, 1993.

FOSSLIEN, L., & DUFFY, M. W. (2020). How to combat zoom fatigue. Harvard Business Review. Disponível em: <https://hbr.org/2020/04/how-to-combat-zoom-fatigue>. Acesso em: 22/02/2023, às 9h35.

FLORIDI, Luciano. **The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality.** Oxford University Press (UK), 2014.

GARCÍA ARETIO, L. (2019). **Necesidad de una educación digital en un mundo digital.** RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distância, 22(2), 9–22. Disponível em: <https://revistas.uned.es/index.php/ried/article/view/23911#:~:text=Para%20estas%20situaciones%20y%20circunstancias,organizativos%20en%20nuestro%20sistema%20educativo>. Acesso em: 10/02/2023, às 13h19.

GARCIA, Nuria Fernández. **Fake News: uma oportunidade para alfabetização midiática.** Disponível em: <https://nuso.org/articulo/fake-news-uma-oportunidade-para-alfabetizacao-midiatica/>. Acesso em: 23/07/2010, às 10h45.

GARCIA LUIZ, Moura Ercilio Maria de. **Escrita acadêmica [recurso eletrônico]: princípios básicos.** Santa Maria, RS : UFSM, NTE, 2018.

GARCIA-MARTÍN, Sheila & CANTÓN- MAYO, Isabel. **Uso de tecnologías y rendimiento académico em estudiantes adolescentes.** Comunicar. Revista Científica de Educomunicación. Nº 58, v. XXVII, 2019.

GAROTANO, Eneko Tekada & GARRIDO, Carlos Castaño & ANDONEGUI, Ainara Romero. **Los hábitos de uso em las redes sociales de los pré-adolescentes.** RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distância. (2019), 22 (2).

GEE, James Paul. **Linguagem Situada e Aprendizagem: Uma Crítica da Escolaridade Tradicional.** Routledge Nova York, 2004.

GEE, James Paul & HULL, Glynda & LANKSHEAR, Colin. *The New Work Order*. Sydney: Allen and Unwin, 1996.

GEE, James Paul & GUITART, Moisés Esteban. **El diseño para el aprendizaje profundo en los medios de comunicación sociales y digitales**. Comunicar. Revista Científica de Educomunicación. Nº 58, v. XXVII, 2019.

GELFERT, A. (2018) **Fake News: A Definition**. Informal Logic 38(1), p.84-117. Disponível em:
https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hYGWYIs7BTAJ:https://informallogic.ca/index.php/informal_logic/article/view/5068/4350+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br.
 Acesso em: 02/02/ 2020.

GENNEP, Arnold Van. **Os Ritos de Passagem**. Séries: Routledge Library Editions- Anthropology and Ethnography, 1977.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

GILLESPIE, Tarleton. “**The relevance of algorithms**”. In: GILLESPIE, Tarleton & BOCZKOWSKI, P & FOOT K. *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge, MA: MIT Press, 2014.

GOLDSMITH, Jack & WU, Tim. **Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World**. Oxford University Press: USA, 2008.

GÓMEZ, Ángel I Pérez. **Educação na era digital**. A escola educativa. Porto Alegre: Penso, 2015.

GONNET, Jacques. **Educação e Mídia**. São Paulo: Editora Loyola, 2004.

GROPPO, Luis Antônio. **Dialética das juventudes modernas e contemporâneas**. Revista de Educação Do Cogeime, 2004.

_____. **Sentidos de juventude na sociologia e nas políticas públicas do Brasil contemporâneo**. R. Pol. Públ., São Luís, v. 20, n 1, p. 383-402, jan./jun. 2016. Disponível em:
<https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/5062/3119>. Acesso em:
 01/12/2022, às 19h35.

GREEN, J. et al. **Beyond knowledge: Examining digital literacy's role in the acquisition of understanding in science.** Computers & Education, 117, 141-159, 2018.

GROSS, Clarissa. **Fake News e democracia:** discutindo o *status* normativo do falso e a liberdade de expressão. IN: RAIS, Diego. **Fake News.** A conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018/2020.

GUARESCH, Pedrinho, A & BIZ, Osvaldo. **Mídia, Educação, Cidadania.** Tudo o que você deve saber sobre mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre facticidade e validade.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **O discurso filosófico da modernidade** São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.

HAGEMEYER, Regina Cely de C. & SÁ, Ricardo A. & GABARDO, Cleusa Valério. **Diálogos epistemológicos e culturais.** Curitiba: W & A Editores, 2016.

HAO, Karen. **Como o Facebook e o Google financiam a desinformação global.** MIT Technology Review. 20/11/2021. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2021/11/20/1039076/facebook-google-disinformation-clickbait/>. Acesso em: 01/03/2023, às 17h04.

HALAVASIS, Alexander. (2010). In: RECUERO, Raquel & Fragoso, Suely & Amaral, Adriana. **Métodos de Pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

HALL, Stuart. **Da diáspora.** Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Editora Lamparina: Rio de Janeiro, 2019.

HAN, B. **No enxame:** perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2019.

HARI, Yuval Noah. **Fake news is Much older than Facebook**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/culture/2018/agu/05/yuval-noah-harari-extract-fake-news-sapiens-homo-deus>. Acesso em: 06/03/2023, às 9h35.

HARJUNIEMI, T. **Post-truth, fake news and the liberal ‘regime of truth’** – The double movement between Lippmann and Hayek. *European Journal of Communication*, v. 8, p. 169-177, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/02673231211046784>. Acesso em: 25/11/2022, às 11h44.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.

HEGEL, G.W.F. **Linhas Fundamentais da Filosofia do Direito**. Tradução de Paulo Menezes et al.; 2º Edição. São Leopoldo, Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 2010.

HOBBS, Renee. **Alfabetização midiática pode combater a fake News, aponta professora dos Estados Unidos**. Entrevista concedida a Ana Paula Lisboa. *Correio Braziliense*, Brasília, 11/03/2018.

HEINSFELD, Bruna Damiana; PISCHETOLA, Magda. **Cultura digital e educação, uma leitura dos Estudos Culturais sobre os desafios da contemporaneidade**. *Revista Ibero Americana de Estudos em Educação*, Araraquara, v. 12, n. esp. 2, p. 1349-1371, ago./2017. Disponível em: . ISSN: 1982-5587.

HELBING, Dirk et al. **A democracia sobreviverá ao big data e à inteligência artificial?** *Scientific American*. 25 de fev. 2017. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/article/will-democracy-survive-big-data-and-artificial-intelligence/#>. Acesso em: 05/03/2023, às 11h20.

HINE, Christine. **Etnografia virtual**. Universidade de Surrey: Reino Unido, 2000.

HOOPS, Renee Hobbs & JENSEN, Amy. **The Past, Present, and Future of Media Literacy Education**. *The National Association for Media Literacy Education's Journal of Media Literacy Education* 1 (2009) 1-11. Disponível em: https://www.academia.edu/2866684/Hobbs_R_and_Jensen_A_2009_The_past_present_and_future_of_media_literacy_education_Journal_of_Media_Literacy_Education_1_1_11. Acesso em: 15/03/2022, às 11h39.

HOGGART, R. (1957). **The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with special reference to publications and entertainments**. Londres, Chatto and Windus.

ITO, Mizuko. **Introduction**. In: VARNELIS, Kazys (Ed.). *Networked Publics*. Cambridge, MA: MIT Press, p. 1-14, 2008.

JACKS, N. (et al). **Práticas digitais e consumo midiático juvenil em cinco regiões brasileiras**. Anais Compos 2015. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-4a11604ce0c6_2807.pdf. d9aece69-52d9-4ce1-a6cf-

JACQUINOT-DELAUNAY, Geneviève. **Convergência tecnológica, divergências pedagógicas: algumas observações sobre os “nativos digitais” e a escola**. IN: BARBOSA, Marialva et, al. **Comunicação, Educação e Cultura na era Digital**. São Paulo: INTERCOM, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____(2010). **Transmedia storytelling and entertainment: na annotated syllabus**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/241712338_Transmedia_Storytelling_and_Entertainment_An_annotated_syllabus. Acesso em: 06/09/2021, às 10h36.

JENKINS, Henry & GREEN, Joshua & FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS H et al. (2006). **Confrontando os Desafios da Cultura Participativa: Educação para a Mídia para o Século XXI**. Chicago, IL: Fundação MacArthur.

JRC Science Hub. **DigComp 2.0**. Tradução de Mirella Sale. Unione Europea, 2016.

KELLIN, Kevin. **50 grandes desafios para o século 21**. Disponível em: <https://www.bbc.com/future/article/20170331-50-grand-challenges-for-the-21st-century>. Acesso em: 23/09/2022, às 10h07.

KENSKI, Vani. **Cultura digital**. IN: MILL, Daniel. **Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de Educação à distância**. Campinas, SP: Papyrus, 2018.

KIM, L. E., & ASBURY, K. (2020). “Like a rug had been pulled from under you”: The impact of COVID-19 on teachers in England during the first six weeks of the UK lockdown. *British Journal of Educational Psychology*, 90(4), 1062-1083. <https://doi.org/10.1111/bjep.12381>.

KOSSOY, Boris. **Fotografia**. IN: CITELLI, Adilson (et.al). **Dicionário de comunicação**. Escolas, teorias e Autores. São Paulo: Contexto, 2014.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia** São Paulo: Ática, 1987. Disponível em: <http://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2015/04/LivroEstutura.pdf>.

LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M. **New literacies: changing knowledge and classroom learning**. Buckingham: Open University Press, 2003.

_____. **Digital literacy and digital literacies**: policy, pedagogy and research considerations for education. *Nordic Journal of Digital Literacy*, Norway, v. 1, p. 12-24, 2006.

LARROSA, Jorge (Org). **Elogio da escola**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufa, 2012.

LEIRO, A. C. R. **Educação e Cultura Juvenil**: perspectiva histórica, políticas públicas e desafio acadêmico. In: PIZZI, Laura; FUMES, Neilza; (Org.). **Formação do Educador em Educação**: identidade, diversidade, inclusão e juventude. 1ed.Maceió: EDUFAL, 2007, v. 1, p. 283-296.

_____. **Educação e juventudes**: desafio temático contemporâneo. In: ALDA Castro; MAGNA França. (Org.). **Pós-Graduação e a produção do conhecimento**: a educação nas regiões norte e nordeste. 1ed.Natal: EDUFRN, 2015, v. 1, p. 353-364.

LEIRO, A. C. R. & MORAES, C. A. & SANTOS, V. R. **Educação popular e pedagogia social**: dialogo singular e experiência plural. *Revista da Faceba*, v. 24, p. 171-182, 2015.

LEIRO, Augusto Cesar Rios & MORAES, Cândida Andrade de. **Educação social e políticas públicas de juventude: experiências socioeducativas no Brasil e em Portugal**. *RIAEE – Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*. Araraquara/SP. v. 11, n. esp. 3, p.1626-1644, 2016.

LEMOS, André. **Tecnologia e Cibercultura**. IN: CITELLI, Adilson (et.al). **Dicionário de comunicação**. Escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.

LEWANDOWSKY, S., ECKER, U. K. H., SEIFERT, C. M., SCHWARZ, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>.

LIMA, Rui. **A escola que temos e a escola que queremos**. O que se passa com a educação? Um olhar sobre as principais preocupações de pais, alunos e professores. Lisboa: Letras & Diálogos, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Gilles. **La Cultura-mundo** : resposta a uma sociedade desorientada. Barcelona: Anagrama, 2010.

_____. **A estetização do mundo**. Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIVINGSTONE, Sônia. **On the mediation of everything: ICA presidential address 2008**. Disponível em: https://eprints.lse.ac.uk/21420/1/On_the_mediation_of_everything_%28LSERO%29.pdf. Acesso em: 16/08/2022, às 17h26.

LIVINGSTONE, Sônia & HADDON, Leslie. **Kids Online**. Opportunities and Risks for Children, Bristol, Polity Press, 2009.

LÔBO, Edilene & MORAIS, José Luís Bolzan de & NEMER, David. **Democracia algorítmica: o futuro da democracia e o combate às milícias digitais no Brasil**. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/culturasjuridicas/article/view/45443/28901>. Acesso em: 01/03/2023, às 10h12.

LUCAS, Margarida & MOREIRA, António. **Quadro Europeu de Competência Digital para Cidadãos**. Aveiro: UA Editora- Universidade de Aveiro, 2017.

LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

MACKINNON, Catherine. **Only Words**. Cambridge: Harvard University Press, 1993. In: MAGENTA, Matheus. **O que é liberdade de expressão?** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62550835>. Acesso em: 10/10/2022, às 9h09.

MADIANOU, Mirca & MILLER, Daniel. **Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication**. International Journal of Cultural Studies. Disponível em: https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/1396351/1/Madianou_Polymedia_digital_media_VoR.pdf. Acesso em: 13/03/2023, às 11h15.

MAGALHÃES, Claudio. **Televisão**. In: MILL, Daniel (org.) **Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias de Educação a Distância**. Campinas, SP: Papirus, 2018.

MAGRANI, Eduardo. **A internet das coisas**. Editora FGV: Rio de Janeiro, 2018.

MAGENTA, Matheus. **O que é liberdade de expressão?** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62550835>. Acesso em: 10/10/2022, às 9h09.

MAIGRET, Éric. **Sociologia da Comunicação e das Mídias**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

MARCIA, J.E. **Identity in adolescent**. In: ADELSON, J. (Ed.). **Handbook of adolescent psychology**. Nova York: Wiley, 1980.

MARGULIS, Mario e URRESTI, Marcelo, “**La construcción social de la condición de juventud**”, en: CUBIDES, Humberto J.; LAVERDE T., María Cristina; VALDERRAMA, Carlos E. (Org.), **Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**, Bogotá, DIUC – Universidad Central / Siglo del Hombre, 1998.

_____. **Optimal Development from na Eriksonian perspective**. In: FREIDMAN, H.S (Ed.) **Enciclopedia of mental healt**, v. 2. San Diego: Academic Press, 1998.

_____. **La juventud es más que una palabra**". In: Margulis, M. (org.). **La juventud es más que una palabra**. Buenos Aires, Biblos, 1996.

MARGULIS, Mario (et. All) “**Viviendo a toda**” **Jóvenes**, territórios culturais y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Departamento de Investigaciones Universidad Central, 1998. MARGULIS, Mario (ed.) **La Juventud es más que uma palavra**. Ensaios sobre cultura y juventude. Buenos Aires: Biblos, 2008.

MARÍN-DÍAZ, V., & CABERO- Almenara, J. **Las redes sociales em educación: desde la innovación a la investigación educativa?** RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distância. (2019), 22(2).

MARTINEZ, Lucas da Silva & JUNIOR, Agnaldo Mesquita de Lima & HANAUER, Marcelo José (Orgs). **Ensino Médio em Discussão**. Estudantes, tecnologias digitais e práticas educativas. Rio de Janeiro: Dictio Brasil, 2019.

MARTINEZ, R. (2000). **De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud (On young people, gangs and tribes. The anthropology of youth)**. BY CARLES FEIXA. Barcelona: Ariel. 1998. 287 pp. Pb.: 1800 pts. ISBN 84 344 1176 8. *Social Anthropology*, 8(3), 349-359. Acesso em 5 de 12 de 2022, disponível em http://journals.cambridge.org/abstract_s0964028200260266.

MARTINI, Renato. **Sociedade da informação**. Para onde vamos. São Paulo: Trevisan Editora, 2017.

MARTINS, K. J.; FANTIN, MÔNICA. **Espaços de participação na produção audiovisual de jovens estudantes na escola**. TEXTURA - ULBRA, v. 20, p. 130-151, 2018.

MARTINO, Luiz Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**. Linguagens, ambientes e redes. São Paulo: Vozes, 2014.

_____. **Métodos de pesquisa em Comunicação**. Projetos, ideias, práticas. Petrópolis, RJ; Vozes, 2018.

MARWICK, A.E & BOYD, D. **I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience**. New Media & Society, 2011. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444810365313>.

MASSUCHIN, Michele Goulart et. al. **A estrutura argumentativa do descrédito na ciência: uma análise de mensagens de grupos bolsonaristas de Whatsapp na pandemia da COVID-19**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos 23(2):160-174 maio/agosto 2021 Unisinos – DOI: 10.4013/fem.2021.232.11.

MACDONALD, Robert & SHILDRICK, Tracy & WEBSTER, Colin & SIMPSON, Donald. (2005). **Growing Up in Poor Neighbourhoods: the significance of class and place in the extended transitions of socially excluded Young adults**. Sociology 39; 873-891. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/258188404_Growing_Up_in_Poor_Neighbourhoods_The_Significance_of_Class_and_Place_in_the_Extended_Transitions_of_'Socially_Excluded'_Young_Adults. Acesso em: 17/01/2023, às 10h24.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor & RAMGE, Thomas. **Reinventing Capitalism in the Age of Big Data**. Basic Books, 2018.

MELO, José Marques de & TOSTA, Sandra. **Mídia & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

MENDES, Conrado. **A pesquisa on-line: potencialidades da pesquisa qualitativa no ambiente virtual**. Hipertextus, n. 2, 2009. Disponível em: <http://arquivohipertextus.epizy.com/volume2/Conrado-Moreira-MENDES.pdf?i=1>. Acesso em: 09/02/2023, às 10h47.

MERCURI, Karen T. **Linchamentos Virtuais: paradoxos nas relações sociais contemporâneas**. 2016. 132f. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas). Faculdade de Ciências Aplicadas, Unicamp, Limeira, 2016.

MERLEAU-PONTY, M. **Phénoménologie de la perception**. Paris, Éditions Gallimard, 1966/1999.

MERRIN, Willian. **Media Studies 2.0**. Routledge: Reino Unido, 2014. Disponível em: <http://twopointzeroforum.blogspot.com/>. Acesso em: 15/03/2023, às 14h53.

MILL, Daniel. **Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de educação a distância**. Campinas: Papirus, 2018.

MIRANDA, L. T & FANTIN, M. **A singularidade na multiplicidade: crianças e tecnologias móveis na escola no contexto da cultura digital**. Revista Tempos E Espaços Em Educação, 2015.

_____. **A perspectiva social das competências midiáticas: reflexões sobre participação e interação das crianças na escola**. LUMINA (JUIZ DE FORA), v. 12, p. 55-67, 2018.

MOCELLIM, Alan Delazeri. **A comunidade: da sociologia clássica à sociologia contemporânea**. Plural. Revista de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.17, n.2, pp. 105-125, 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/sobri/Downloads/74542-Texto%20do%20artigo-100355-1-10-20140212.pdf>. Acesso em: 22/07/2021, às 11h10.

MORAES, C. A. & LEIRO, A. C. R.. **Educação social e políticas públicas de juventude: experiências socioeducativas no Brasil e em Portugal**. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, v. 11, p. 1626-1644, 2016.

MOORE, Martin. **Martin Moore: “Se não fizermos nada, vamos caminhar para a democracia das plataformas”**. Entrevista concedida a Ethel Rudnitzki. Agência Pública. São Paulo, 22 de outubro de 2019. Disponível em: <https://apublica.org/2019/10/martin-moore-se-nao-fizemos-nada-vamos-caminhar-para-a-democracia-das-plataformas/>. Acesso em: 01/03/2023, às 9h57.

MORAN, J. **O Uso das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação na EAD - uma leitura crítica dos meios**. Disponível em: http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/133_1640_faundestextoMoran.pdf. Acesso em: 17/08/2021, às 11h31.

_____. **Mudando a educação com metodologias ativas**. Coleção Mídias Contemporâneas. Convergências midiáticas, educação e cidadania: aproximações jovens, v. 2, nº 1, p. 13-33. 2015

_____. (2017). **Tecnologias digitais para uma aprendizagem ativa e inovadora**. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2017/11/tecnologias_moran.pdf. Acesso em: 22/02/2023, às 18h29.

MORAN, J. M & MASETTO, M. T & BEHRENS, M. A. **Novas Tecnologias e Mediação pedagógica**. Campinas, SP: Papirus. 13º Ed. 2007.

MOREIRA, Antônio Flávio & CANDAU, Vera Maria. **Multiculturalismo**. Diferenças culturais e práticas pedagógicas. Petrópolis, RJ Vozes, 2013.

MORELLET, André. **Sobre a conversação: seguido de um ensaio de Jonathan Swift**. São Paulo: Martins Fontes, 2002. (Coleção Breves Encontros).

MORIN, Edgard. **Cultura de massas no século XX (o espírito do tempo)**. Rio de Janeiro: Forense, 1967.

_____. **Cultura de massas do século XX: neurose**. Tradução de Maura R. Sardinha. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2005, v.1.

_____. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. Brasília: Cortez: Unesco, 2000.

_____. **Ciência com Consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

MOROZOV, E. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2018.

MORGADO, José Carlos; SOUSA, Joana; PACHECO, José Augusto. **Transformações Educativas em Tempos de Pandemia**: do confinamento social ao isolamento curricular. **Práxis Educativa**, Ponta Grossa, v. 15, p. 1-10, jul. 2020.

MURTA, C. A. R. & Valadares, M. G. P. F & MORAES Filho, W. B. **Possibilidades pedagógicas do Minecraft incorporando jogos comerciais na educação**. XII Evidosol e IX Ciltec-On-line, 2015.

MCCHESENEY, Robert W. **Digital Disconnect**: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy. New York, NY: New Press, 2013.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. São Paulo: Publifolha, 2013.

NEUGARTEN, B. L. **Policy issues for na aging Society**. Ensaio apresentado em um encontro da American Psychological Association, em Atlanta, ago. 1988. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1989-97969-005>. Acesso em: 12/12/2022, às 10h15.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of Oppression**: How Search Engines Reinforce Racism. New York: NYU Press, 2018.

NYHAN, B & REIFLER, J. **Wen corrections fail**: the persistence of political misperceptions. *Political Behavior* 32 (2), p. 303-330, 2010.

ORTEGA Y GASSET, José. **A Rebelião das Massas**. Tradução Marylene Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PAIS, José Machado de. **Culturas juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1996.

_____. **Jovens e cidadania.** Simpósio Internacional sobre a Juventude. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

_____. **Jovens e Cidadania.** Sociologia, problemas e práticas. Rio de Janeiro: UFRJ, nº 49, 2005, pp. 53-70.

_____. **Buscas de si: expressividades juvenis.** In: ALMEIDA, Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (orgs.). *Culturas jovens: novos mapas do afeto.* Rio de Janeiro: Zahar, 2006. p. 7-21.

_____. **A juventude como fase da vida: dos ritos de passagem aos ritos de impasse.** *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 371-381, 2009. 230.

_____. (2000/2002) **Transitions and Youth Cultures: forms and performances.** *International Social Sciences Journal*, 164, 219, 232. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000120438_spa. Acesso em: 17/01/2023, às 9h56.

PANGRAZIO, L. (2018). **What's new about fake news"? Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait.** *Páginas de Educación*, 11 (1) 6-22 [online]. Disponível em: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1688-74682018000100006&lng=es&nrm=iso. Acesso em: 03/02/ 2020.

PENTEADO, Heloísa Dupa, (Org). **Pedagogia da Comunicação.** teorias e práticas. São Paulo: Cortez, 2001.

PEREIRA, Sara & FILLOL, Joana & MOURA, Pedro. **El aprendizaje e los jóvenes com médios digitales fuera de la escuela:** de lo informal ao formal. *Comunicar (Revista Científica de Educomunicacion)*, nº 58, v. XXVII, 2019.

PEREIRA, Sara & PINTO, Manuel & MOURA, Pedro Filipi Ribeiro de. **Níveis de literacia mediática:** Estudo Exploratório com Jovens do 12º ano. Braga, Portugal. CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho, 2015.

PEREIRA, Sara & PONTE, Cristina & ELIAS, Nelly. **Crianças, jovens e media:** perspectivas atuais», *Comunicação e sociedade* [Online], 37, 2020, posto online no dia 29 junho 2020, consultado o 27 janeiro 2021. URL: <http://journals.openedition.org/cs/2155>.

PEROSA, Teresa. **O império da pós-verdade.** Disponível em: <https://epoca.oglobo.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 26/08/2021, às 16h40.

PINEL, Vicente. **Écoles, genres et mouvements au cinema.** Paris, Larrouse, 2000.

PRADO, Magaly. **Fake News e inteligência artificial.** O poder dos algoritmos na guerra da desinformação. São Paulo: Edições 70, 2022.

PRETTO, Nelson de Luca. **Escritos sobre educação, comunicação e cultura.** Campinas, SP: Papirus, 2008.

_____. **Educação, Comunicação e cultura.** Campinas/Sp: Papirus, 2008.

_____. *Educação e Comunicação: caminhos que se cruzam, entre si e com as tecnologias*, Revista Teias, vol. 13, nº 20, p.11-22, ISSN: 1518-5370. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistateias/article/view/24269>. Acesso em: 25/12/2022, às 15h.

_____. **Redes sociais e educação: o que quer a geração alt+tab nas ruas?** Liinc em Revista , v. 10, p. 344-350, 2014.

_____. **Polêmicas contemporâneas: formando professores ativistas comprometidos com a sociedade.** Revista observatório , v. 3, p. 32-55, 2017.

_____. **Educações, culturas e hackers: escritos e reflexões.** Salvador: EDUFBA, 2017.

PRETTO, N & PINTO, C. **Tecnologias e novas educações.** Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, v. 11, n. 31, jan./abr. 2006.

PRETTO, Nelson De Luca & PASSOS, M. S. C. **Formação ou Capacitação em TIC: Reflexões sobre as Diretrizes da UNESCO.** Revista Docência e Cibercultura , v. 01, p. 09-32, 2017.

PRETTO, Nelson de Luca & BONILLA, Maria Helena Silveira & SENA, Ivânia Paula Freitas de Souza (ORGs). **Educação em tempos de pandemia: reflexões sobre as implicações do**

isolamento físico imposto pela Covid-19. Grupo de Pesquisa Educação, Comunicação e Tecnologias (GEC). Salvador: Edição do Autor, 2020.

PRETTO, Nelson de Luca & FISCHER, Rosa. GT 16 da ANPED- Educação e Comunicação. *Live* realizada em 01/07/2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/gt16-anped/quem-somos/>. Acesso em: 13/03/2023.

PRIMO, Alex & VALIATI, Vanessa & LUPINACCI, Ludmila & BARROS, Laura. **Conversações fluidas na cibercultura**. Revista Famecos, vol.24, n.19, jan-abr. 2017, pp. 1-27. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/24597>. Acesso em: 11/08/2022, às 16h37.

_____. (2018). **Comunicação privada na internet: da invenção do particular na Idade Média à hiperexposição na rede**. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/132510/000981941.pdf?sequence=1>. Acesso em: 13/03/2023, às 9h56.

_____. **Interações e práticas no facebook**. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 02, pp. 152-171, ago. 2018/ nov. 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17630>. Acesso em: 11/08/2022, às 16h38.

PSTHAS, George. **Phenomenological Sociology: Issues and Applications**. Penguin Books, 1973. In: BOGDAN, Robert & BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**. Uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Editora Porto, 1994.

QUADRO EUROPEU DE COMPETÊNCIAS DIGITAIS (DigComp 2.1). Disponível em: <https://erte.dge.mec.pt/sites/default/files/Recursos/Estudos/digcomp2.1.pdf>. Acesso em: 07/04/2020, às 9h26.

RAMOS, Bruna Sola da Silva (Organizadora). **Paulo Freire e a pesquisa em educação**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

RAIS, Diego. **Fake News**. A conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

REBS, Rebeca Recuero & ERNST, Aracy Ernst. “**Haters e o discurso de ódio: entendendo a violência em sites de redes sociais**”. Revista Diálogo das Letras, v. 6, n. 2, de julho/dezembro

de 2017. Disponível em: <http://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/1014>. Acesso em: 28/02/2023, às 16h39.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R & FRAGOSO, S & AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

RECUERO, R., BASTOS, M., & ZAGO, G. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

RECUERO, Raquel & GRUZD, Anatoliy. **Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter**. Galáxia (São Paulo, online), n. 41, mai-ago., 2019, p. 31-47. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvxg4btPzLYdxXk77rGrmJS/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 13/03/2023, às 17h30.

RECUERO, R & SOARES, F. B & GRUZD, A (2020). **Hyperpartisanship, Disinformation and Political Conversations on Twitter: The Brazilian Presidential Election of 2018**. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(1), 569-578. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v14i1.7324>

REGUILLO, Rossana. **El año dos mil, ética, política y estéticas: imaginários, adscripciones y prácticas juveniles**. Caso mexicano, 1998. IN: CABIDES, Humberto & LAVERDE, Maria Cristina & VALDERRAMA, Carlos Eduardo. **Vivendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**. Bogotá: Universidade Central – DIUC/ Siglo del Hombre Editores, p. 57, 82.

_____. **Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión**. Revista Brasileira de Educação. Maio/junho/julho/agosto de 2003, nº 23.

_____. **Culturas Juveniles – Formas Políticas del Desencanto**. Siglo: Ayres Veintiuno Editores, 2013.

_____. **Paisajes Insurrectos: Jóvenes, Redes Y Revultas En El Otoño Civilizatorio**. Barcelona:Nuevos Emprendimientos Editorial, 2017.

REY, Germán & BARBERO, Martín. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2. ed. São Paulo: Sêneca, 2004.

RIVOLTELLA, Pier Cesare & OTTOLINI, Gianmaria. **Il Tunnel e Il Kayak**. Teoria e metodo della peer & Media Education. Milano: Franco Angeli, 2014.

RIVOLTELLA, Pier Cesare. **A formação da consciência civil entre o —real e o —virtual**. In: FANTIN, Monica; GIRARDELLO, Gilka (orgs). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. Campinas: Papyrus, 2008.

_____. **Construttivismo e pragmática della comunicazione online. Didattica e socialità in Internet**. Trento: Erickson, 2003.

_____. **Mídia-educação e pesquisa educativa**. Perspectiva. Florianópolis: v. 27, nº 1, pp. 119-140, janeiro/junho, 2019.

_____. RIVOLTELLA, Pier Cesare (2020). **Escola deve usar a mídia para desenvolver cidadania nos alunos, sugere educador italiano**. Agência de Notícias da Indústria. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/educacao/escola-deve-usar-a-midia-para-desenvolver-cidadania-nos-alunos-sugere-educador-italiano/>. Acesso em: 13/03/2023, às 9h50.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SÁ, Ricardo Antunes de. **Tecnologias e mídias digitais na escola contemporânea: questões teóricas e práticas**. Curitiba, PR: Appris, 2016.

SALLAS, Ana Luisa Fayet & BEGA, Maria Tarcisa Silva. **Por uma Sociologia da Juventude**. Releituras contemporâneas. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC): Política & Sociologia. Revista de Sociologia Política. V.5. nº 8, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. Revista FAMECOS, 22. Porto Alegre: 2003.

_____. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **Comunicação ubíqua**. Repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

_____. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as Ciências**. São Paulo: Cortez, 2009.

SANTOS, Boaventura de Souza & MENESES, Maria Paula (ORGs). **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Edições Almeida S/A, 2009.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação**. Da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2013.

SANTOS, Edméa & ROSSINI, Tatiana Stofella Sodré & AMARAL, Miriam Maia do. **A viralização da educação online**: aprendendo além da época do coronavírus. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/praxis/article/view/6825>. Acesso em: 05/09/2021, às 20h55.

SANTOS, M.F.S & ALÉSSIO, R.L.S & SILVA, J.M.N.E. **Os adolescentes e a violência na imprensa. Psicologia**: teoria e pesquisa, v. 25, n. 3, p. 447-452, jul./set. 2009.

SARMENTO, Manuel Jacinto. **Lógicas de Acção nas escolas**. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional, 2000.

SARAIVA, Karla; TRAVERSINI, Clarice; LOCKMANN, Kamila. **A Educação em Tempos de Covid-19**: ensino remoto e exaustão docente. Ponta Grossa: Práxis Educativa, v. 15, p. 1-24, ago. 2020.

SAYAD, Alexandre Le Voci. **Idade média**. A comunicação reinventada na escola. São Paulo: Aleph, 2011.

SCOLARI, Carlos A. **Adolescentes, M dia e Culturas Colaborativas**. Explorando as habilidades transmídia de adolescentes em sala de aula. Universidade Carlos A. Scolari Pompeu Fabra: Barcelona, 2018.

_____. (2019). **Transmedia Is Dead. Long Live Transmedia!** (Or Life, Passion and the Decline of a Concept). LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada, XI (20), 69–92.

SCOLARI, Carolos & MASANET, Maria-José & GUERRERO-PICO, Mar & EST BLES, Maria-José. **Transmedia literacy in the new media ecology: Teens’ transmedia skills and informal learning strategies**. El Profesional de la Informacion 27(4):801. DOI: 10.3145/epi.2018.jul.09.

SCOLARI, Carlos A & PIRES, Fernanda & MASENAT, Maria-José (2019). **O que adolescentes estão fazendo com o Youtube?** Práticas, usos e metáforas da mais popular plataforma audiovisual. Disponível em: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/42537/scolari_infcomsociety_whatteens.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 10/02/2023, às 17h49.

SCRIBNER, Sylvia.; COLE, Michael. **The Psychology of Literacy**. Harvard University Press, 1981.

SELWYN, Neil. **Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook**. Learning, Media and Technology, volume 34, 2009. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17439880902923622>. Acesso em: 15/03/2023, às 10h10.

SÉRKEZ, Angela Maria Batista; MARTINS, Sandra Mara Bozza. **Trabalhando com a Palavra Viva**: sistematização da Língua Portuguesa através do texto. Curitiba: Renascer, 1996.

SETENARESKI, Ligia E & PERES, Leticia M & BONA, Luis C. E.& DUARTE JR, Elias P. **Panorama mundial da regulação da neutralidade da rede**. Internet & Sociedade. N. 1/V. 1 / JANEIRO DE 2020 PÁGINAS 278 A 310. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/panorama-mundial-da-regulacao-da-neutralidade-da-rede/>. Acesso em: 10/10/2022, às 9h22.

SETTON, Maria da Graça. **Mídia e Educação**. São Paulo: Contexto, 2011.

SHAH, Nishant. **PlayBlog**: pornography, performance, and cyberspace. Disponível em: https://www.academia.edu/566219/PlayBlog_Pornography_performance_and_cyberspace. Acesso em: 01/01/2023, às 10h.

SIBILIA, Paula. **Redes ou paredes**. A escola em tempos de dispersão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

SILVA, Armando Malheiro da. **Inclusão Digital e Literacia Informacional em Ciência da Informação**. Revista de Ciência e Tecnologias da Informação e Comunicação. Prisma.com. Nº 7, 2008. Disponível em: <http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2082/1917>. Acesso em: 23/07/2019, às 10h36.

SILVA, Sofia Marques da. **Da casa da Juventude aos confins do mundo**. Etnografia de fragilidades, medos e estratégias juvenis. Porto: Edições Afrontamento, 2010.

_____. **Abordagens para inclusão digital de pessoas em situação de vulnerabilidade.** Observatório das Comunidades Ciganas (OBCIG), Portugal, 2018.

Disponível em:
https://www.obcig.acm.gov.pt/documents/58622/209362/Newsletter_OBCIG_julho_2018.pdf/c7bf6eff-7006-4d4e-b7f0-26b19e44ab5b. Acesso em: 23/07/2019, às 10h55.

SILVERIA, Sérgio Amadeu da. **Capitalismo digital.** Disponível em:
<https://rct.dieese.org.br/index.php/rct/article/view/286/pdf>. Acesso em: 01/03/2023, às 13h26.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais.** São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2017. E-PUB.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da & DA SILVA, Tarcizio Roberto. **Controvérsias sobre danos algorítmicos:** discursos corporativos sobre discriminação codificada. Revista Observatório, Vol. 6, n. 4, Julho-Setembro. 2020.

SILVEIRA, S.A. (2019). **Concentração, modulação e desinformação nas redes.** Apresentação de trabalho encomendado no GT 16 da 39ª Reunião Nacional da Anped, Niterói.

Disponível em
[:http://39.reuniao.anped.org.br/category/trabalho/?grupo_trabalho=gt16-educacao-e-comunicacao](http://39.reuniao.anped.org.br/category/trabalho/?grupo_trabalho=gt16-educacao-e-comunicacao). Acesso em: 02/02/2020.

SILVERSTONE, Roger. **Roger Silverstone defende estudo da mídia.** Rio Mídia, portal da Multirio. Disponível em: <https://carlosscomazzon.wordpress.com/2008/10/11/roger-silverstone-defende-estudo-da-midia/>. Acesso em: 13/03/2023, às 10h03.

_____. **Por Que Estudar a Mídia?** São Paulo: Editora Loyola, 2002.

SIMMEL, Georg. (2005), “**A aventura**”. In: SOUZA, Jessé & ÖELZE, Berthold (orgs). **Simmel e a modernidade.** Brasília, Editora UnB, pp. 169-184.

SOUZA, Mauro Wilton de. **Novas linguagens.** São Paulo: Editora Salesiana, 2ª ed., 2003.

SOUZA, J, OELZE, B (Org). **Simmel e a Modernidade.** Brasília: Editora da UnB, 2005.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação.** Diversidade, descolonização e redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

_____. **A ciência do comum.** Notas para o método comunicacional. Petrópolis, Rj: Vozes, 2014.

SODRÉ, André & YAMAMOTO, Eduardo Yuji. **Comunicação e pós-modernidade**. IN: CITELLI, Adilson (et.al). **Dicionário de comunicação**. Escolas, teorias e Autores. São Paulo: Contexto, 2014.

SHU, Kai & SILVA, Amy & WANG, Shuhang & TANG, Jiliang & LIU, Huan. (2017) **Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective**. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1708.01967>. Acesso em: 18/10/2020, às 17h45.

SCHMIDT, Maria Auxiliadora & GARCIA, Tânia Maria F. Braga & HORN, Geraldo Balduino. **Diálogos e perspectivas de investigação**. Ijuí: Unijuí, 2008.

SCHMIDT, Beatriz & PALAZZI, Ambra & PICCININI, Cesar Augusto. **Entrevistas online: potencialidades e desafios para coleta de dados no contexto da pandemia de COVID-19**. Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social (REFACS). v. 8 n. 4 (2020 Outubro/Dezembro, 2020. Disponível em: <https://seer.uftm.edu.br/revistaelectronica/index.php/refacs/article/view/4877>. Acesso em: 10/10/2022, às 8h37.

SCHOON, Indrid & MACCULLOCH, Andrew & JOSHI, Heather & WIGGNS, Richard & BINER, John (2001). **Transitions From School to Work in a Changing Social Context**. Yong Nordic Journal of Youth Reserarch, 9,4-22. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/43121229_Transitions_from_school_to_work_in_a_changing_social_context. Acesso em: 16/01/2023, às 10h32.

SCHULZ, Winfried. **Ausblick am Ende des Holzweges**. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung. Publizistik, 1982, n.º 1-2, pp. 49-73.

SRNICEK, N. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SHOAT, Ella; STAM, Robert (2006), **Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação**. Cosac Naif: São Paulo, 2006.

TANDOC JR, Edson & WEI LIM, Zheng & LING, Richard. **Defining “Fake News”**. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf. Acesso em: 10/10/2021, às 17h40.

TAVARES, Rosilene Horta & GOMES, Suzana dos Santos (Orgs). **Sociedade, educação e redes**. Desafios à formação crítica. Araraquara, SP: Junqueira & Marin, 2014.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net**. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

TOLEDO, Jorge Alberto Hidalgo. **La hipermediatización como transformación estructurales derivada de la digitalización de la vida y la cultura**. Disponível em: encurtador.com.br/apAB7. Acesso em: 23/07/2019, às 14h28.

TÖNNIES, Ferdinand. **Comunidade e sociedade**. In: MIRANDA, Orlando de. **Para ler Ferdinand Tönnies**. 1. ed. São Paulo: EdUSP, 1995a. p. 231-352.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna**. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

THOMPSON, Edward. **Making of the English Working Class**. Vintage, 1963.

TUFTE, Birgitte., & CHRISTENSEN, Ole. (2009). **Mídia-Educação** – entre a teoria e a prática. *Perspectiva*, 27(1), 97–118. <https://doi.org/10.5007/2175-795X.2009v27n1p97>.

URRESTI Marcelo. **Ciberculturas Juveniles: Los Jóvenes, Sus Prácticas Y Sus Representaciones En La Era De Internet**. Buenos Aires: La Crujia, 2008.

VALENZUELA, José Manuel. **“Identidades Juveniles”**. In: CUBIDES, Humberto J., TOSCANO, Maria Cristina Laverde, VALDERRAMA, Carlos Educardo H. (ed). **“Vivendo a toda” – Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**. Série Encuentros, Fundación Universidad Central. Santafé de Bogotá: Paidós, 1998. pp.8-45. “Internet: aki a gente tah em ksa”. *Revista Veja*. São Paulo, n° 32, ano 37, jun de 2004, pp. 68-71.

VAN DIJCK, José. **Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology**. *Surveillance & society*, v. 12, n. 2, p. 197-208, 2014. Disponível em: <https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/datafication>. Acesso em: 01/03/2023, às 14h15.

VERÓN, E. **La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes**. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VELLADA, Luciano. **A liberdade de expressão acabou se cristalizando como a defesa das oposições, diz pesquisadora.** Disponível em: <https://sul21.com.br/noticias/entrevistas/2022/06/a-liberdade-de-expressao-acabou-se-cristalizando-como-a-defesa-das-oposicoes-diz-pesquisadora/>. Acesso em: 10/10/2022, às 11h30.

VELHO, Gilberto & Luis Fernando Duarte (org.) **Juventude Contemporânea** – Cultura, gostos e carreiras. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2010.

WARDLE, Claire. **Information disorder: the essencial glossary.** Jornalists Resourse. 23 jul.2018. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf. Acesso em: 22/02/2023, às 13h08.

WALTHER, Andreas. **Regimes of Youth Transitions:** choice, flexibility and security in Young people`s experiences across diferente European contexts, Young: Nordic Journal off Youth Research, 2, 119-139. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1103308806062737>. Acesso em: 17/01/2023, às 10h17.

WILLIAMS, N. (2021). **Working through COVID-19: “Zoom’gloom and Zoom’fatigue. Occupational Medicine”** Disponível em: <https://academic.oup.com/occmed/article/71/3/164/6218762>. Acesso em: 22/02/2023, às 9h32.

WILLIAMS, R. (1960 [1958]. **Culture and Society 1780–1950.** Nova Iorque, Anchor Books.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1987.

_____. **Teorias da Comunicação.** Mass media: contextos e paradigmas, novas tendências, efeitos a longo prazo, newsmaking. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Internet, e depois?** Uma teoria das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2012.

WILTON, Mauro de Sousa. **Novas linguagens.** São Paulo: Editora Salesiana, 2003.

WINKIN, Y, **A Nova Comunicação:** da teoria ao trabalho de campo. Campina: Papyrus, 1998.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de informação**: como transformar informação em compreensão. São Paulo: Cultura; 1991.

KAPLÚN, M. Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular). La Habana: Editorial Caminos, 2002.

ZAGO, Nadir & CARVALHO, Marília Pinto de & VILELA, Rita Amélia Teixeira (Orgs). **Itinerários de Pesquisa**. Perspectivas qualitativas em Sociologia da Educação. Rio de Janeiro: DP& A, 2003.

ZUBOFF, S. **The Age of Surveillance Capitalism**: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: Public Affairs, (2015) 2019.

ANEXOS

ANEXO 1

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

As respostas contidas neste questionário são confidenciais e anônimas e serão usadas para fins científicos.

***Obrigatório**

1. Qual a sua idade? *

2. Sexo: *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Masculino
☐ Feminino
☐ Prefiro não informar

3. Qual série estuda? *

4. Quais equipamentos ou serviços possui em sua casa? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Telefone fixo
☐ Celular
☐ Televisão
☐ TV por assinatura
☐ Computador
☐ Internet (wifi)
☐ Internet (pré-pago)
☐ Outro:

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

5. Para você internet é: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ambiente de pesquisa (escolar e de trabalho)
- ☐ Fonte de conhecimento
- ☐ Espaço para fazer amigos
- ☐ Diversão
- ☐ Outro: _____

6. Você acessa a internet. *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Diariamente
- ☐ Uma vez por semana
- ☐ De dois a cinco dias por semana
- ☐ Nunca uso
- ☐ Não tenho acesso

7. Suas pesquisas escolares normalmente são feitas utilizando quais recursos? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Pesquisas em livros didáticos
- ☐ Pesquisas em livros disponíveis na biblioteca da escola
- ☐ Pesquisa em livros disponíveis em bibliotecas públicas do meu bairro ou bairros vizinhos
- ☐ Pesquiso na internet
- ☐ Outro: _____

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

8. Qual ou quais das mídias abaixo você costuma utilizar com maior frequência para se manter informado no dia a dia? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Televisão (aberta ou fechada)
- ☐ Rádio
- ☐ Jornal (impresso ou online)
- ☐ Revista (impressa ou online)
- ☐ Redes sociais (facebook, instagram, twitter, whatsapp)
- ☐ Sites
- ☐ Não costumo usar as mídias para me informar. Prefiro conversar com meus amigos ou outras pessoas que fazem parte da minha vida para discutir assuntos que me dizem respeito.

9. Você costuma acessar a internet com mais frequência: *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Em casa
- ☐ Na escola
- ☐ No trabalho
- ☐ Na Lan House
- ☐ Outro: _____

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

10. Aponte o grau de confiabilidade de cada uma dessas mídias quando o assunto é INFORMAÇÃO. *

Marque todas que se aplicam.

	Inconfiável	Pouco confiável	Confiável	Muito confiável
Televisão (aberta ou fechada)	☐	☐	☐	☐
Rádio	☐	☐	☐	☐
Jornal (impresso ou online)	☐	☐	☐	☐
Revista (impressa ou online)	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐
WhatsApp	☐	☐	☐	☐
Sites	☐	☐	☐	☐

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

11. Agora reflita sobre a forma como você recebe uma informação que chama sua *
atenção e de que maneira costuma avaliar o conteúdo e até mesmo
compartilhar o que recebeu.

Marque todas que se aplicam.

	Concordo plenamente	Concordo	Discordo plenamente	Discordo
Quando recebo uma informação que considero importante leio tudo o que diz o texto antes de formar minha opinião.	☐	☐	☐	☐
Quando recebo um assunto do meu interesse checo as informações já que nunca confio plenamente no que está escrito.	☐	☐	☐	☐
Quando recebo um assunto do meu interesse compartilho imediatamente e não me preocupo em checar se a informação é verdadeira ou falsa	☐	☐	☐	☐

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

12. Com que frequência você costuma interagir com pessoas (sejam elas parentes ou amigos) via internet? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Diariamente
☐ Semanalmente
☐ Mensalmente
☐ Não costumo interagir com as pessoas usando as redes. Prefiro o contato pessoal.

13. O que costuma compartilhar com mais frequência entre os seus parentes e amigos quando o assunto são informações distribuídas pelas redes sociais? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Piadas
☐ Memes
☐ Vídeos engraçados
☐ Fotos
☐ Frases de impacto
☐ Matérias jornalísticas
☐ Desenho animado
☐ Músicas e vídeos
☐ Outro: _____

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

14. Em relação ao que costuma compartilhar nas redes você: *

Marque todas que se aplicam.

	Concordo plenamente	Concordo	Discordo plenamente	Discordo
Não me importo com o tipo de fotografia, frase, vídeo ou texto. O importante é que seja engraçado e que as pessoas comentem e deem likes nas minhas postagens.	☐	☐	☐	☐
Costumo fazer uma análise criteriosa antes de postar qualquer informação. Afinal posso denegrir a imagem de alguém ou de alguma instituição.	☐	☐	☐	☐
Antes de compartilhar procuro verificar se a informação saiu em algum órgão oficial ou veículo de comunicação. Não quero ser responsável por algo que seja mentira.	☐	☐	☐	☐
Penso nas pessoas e instituições envolvidas antes de postar qualquer tipo de informação.	☐	☐	☐	☐

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

Reconheço que a internet deve ser utilizada com responsabilidade.

15. Alguma vez já recebeu uma FAKE NEWS (NOTÍCIA FALSA)? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sim
☐ Não

16. Ao receber a notícia falsa ou FAKE NEWS você: *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Acreditei de imediato e não me preocupei em checar os fatos, no entanto preferi não repassar a informação para ninguém.
- ☐ Além de acreditar e não checar os fatos repassei a informação para os meus amigos o mais rápido possível. Afinal, queria contar em primeira-mão.
- ☐ Desconfiei da mensagem e procurei outras fontes de informação para me certificar se o assunto era verdadeiro ou não.
- ☐ Chequei a informação e ainda entrei em contato com outras pessoas para que, se recebessem o mesmo material, ficassem atentas e não repassassem a informação falsa.
- ☐ Nunca recebi FAKE NEWS.

17. Em seu dia a dia você consegue identificar uma FAKE NEWS? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Talvez

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

18. Aponte o grau de confiabilidade das fontes de informação abaixo, normalmente consultadas quando o assunto é FAKE NEWS. *

Marque todas que se aplicam.

	Inconfiável	Pouco confiável	Confiável	Muito confiável
Meios de Comunicação de Massa (jornal, revista, televisão, rádio)	☐	☐	☐	☐
Veículos de comunicação governamentais (federal, estadual e municipal)	☐	☐	☐	☐
Instituições e entidades de classe	☐	☐	☐	☐
Institutos de pesquisa	☐	☐	☐	☐

19. Você costuma desenvolver conteúdo digital? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sim
☐ Não

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

20. Qual ou quais ferramentas utilizou para esta produção? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Tik Tok
- ☐ Nunca produzi
- ☐ Outro: _____

21. Qual ou quais os objetivos para a produção deste conteúdo? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Me divertir
- ☐ Divertir os outros
- ☐ Receber muitos likes
- ☐ Fazer novos amigos
- ☐ Me tornar famoso
- ☐ Melhorar o entendimento sobre um determinado assunto
- ☐ Contribuir com a minha opinião sendo um jovem protagonista
- ☐ Nunca produzi
- ☐ Outro: _____

22. Qual tipo de conteúdo já produziu? Poderia relatar? (Caso não tenha produzido só informe a palavra NÃO) *

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

23. Para evitar que dados inverídicos fizessem parte do material produzido você fez checagem de informação? De que forma? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Não me preocupei com isso e produzi o material acreditando que não havia dados errados.
- ☐ Procurei por fontes oficiais (meios de comunicação de massa, instituto de pesquisa, órgãos governamentais, etc) antes de produzir o material.
- ☐ Não ligo para Fake News e acho até engraçado produzir este tipo de material e ver a reação das pessoas, principalmente dos meus amigos.
- ☐ Nunca produzi material na rede.
- ☐ Outro: _____

24. Você sabia que a maioria das empresas utiliza os dados postados nas redes sociais e sabem exatamente os seus hábitos, seus gostos e preferências? Você também sabia que as FAKE NEWS normalmente são informações produzidas e enviadas conforme suas crenças, gostos, formas de pensar e agir? Sendo assim você costuma proteger os seus dados para evitar ser enganado? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Algumas vezes

25. Explique em poucas palavras como costuma proteger os seus dados ou se não protege qual ou quais os motivos de não o fazer? *

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

26. Você se considera: *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Um jovem que domina totalmente as tecnologias.
- ☐ Um jovem que domina parcialmente as tecnologias e precisa de auxílio para navegar em alguns sites ou utilizar programas.
- ☐ Pouco conhece de tecnologia e domina apenas o que é do seu interesse particular.
- ☐ Não domina absolutamente nada e tem dificuldade quando os professores solicitam o uso de programas e aplicativos em trabalhos escolares.

27. Em relação as informações propagadas pela rede você considera que: *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sei identificar o que é verdadeiro ou falso.
- ☐ Consigo fazer a leitura crítica dos meios e ainda identificar o que há por trás da informação.
- ☐ Tenho dificuldade em interpretar as informações e costumo acreditar na maioria das informações que são postadas.
- ☐ Não costumo filtrar as informações e ainda repasso conteúdos, mesmo que sejam duvidosos.

18/03/2023, 20:22

EDUCAÇÃO EM TEMPO DE FAKE NEWS- PESQUISA DE DOUTORADO

28. Em relação as tecnologias, suas ferramentas e programs no uso diário você: *

Marque todas que se aplicam.

	Domino totalmente	Domino parcialmente	Não domino
Word	☐	☐	☐
Excel	☐	☐	☐
Apps	☐	☐	☐
Jogos digitais	☐	☐	☐
Google drive	☐	☐	☐
Armazenamento de nuvem	☐	☐	☐
Editor de vídeo	☐	☐	☐
Editor de áudio	☐	☐	☐
Sites de pesquisa	☐	☐	☐
Redes sociais	☐	☐	☐

29. OBRIGADA PELA SUA PARTICIPAÇÃO. AS RESPOSTAS SERÃO UTILIZADAS PARA FINS ACADÊMICOS.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

ANEXO 2

8. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura para elaboração desta tese buscou por trabalhos publicados a partir do ano de 2016. O recorte foi definido levando em consideração o período que marcou a retomada do fenômeno e a popularização da terminologia *Fake News*. (palavra ressurgida com intensidade durante o pleito norte-americano. Vale destacar que a propagação das *Fake News* contribuíram para o sucesso da eleição do então candidato à presidência dos Estados Unidos, Donald Trump, pertencente ao Partido Republicano. O mesmo processo pôde ser vivenciado nas eleições presidenciais brasileiras, no pleito de 2018, quando várias notícias inverídicas foram proliferadas principalmente pelas redes sociais e passaram a fazer parte do dia a dia do imaginário popular, contribuindo assim, para o resultado das eleições.

Com o intuito de localizar produções referentes ao estudo da temática do fenômeno da *Fake News*, dos jovens e do próprio papel da escola como espaço de resistência e orientação contra as falsas informações propagandas não apenas pelos meios de comunicação, mas, sobretudo, pela rede mundial de computadores, a busca de trabalhos partiu de palavras-chave como: *Fake News*; competência midiática; cultura juvenil; redes sociais; educação e notícias falsas.

Para tanto durante a pesquisa priorizou-se:

- a) Artigos científicos publicados internacionalmente;
- b) Artigos científicos publicados em periódicos nacionais reconhecidos;
- c) Teses e dissertações.

Foram utilizados bancos de dados nacionais das seguintes entidades: ANPED¹³²; INTERCOM¹³³; COMPÓS¹³⁴; EDUCERE¹³⁵.

Ainda foram pesquisados artigos nas seguintes revistas: Comunicação & Educação¹³⁶; e Comunicar¹³⁷. As teses e dissertações foram pesquisadas através do banco de dados da CAPEs e da Plataforma Sucupira.

Vale ressaltar que revisão de literatura tem como objetivo cumprir vários propósitos. Sendo assim preenche lacunas importantes no processo de construção e estrutura do trabalho acadêmico. Através deste levantamento torna-se possível a comparação de resultados e, sobretudo, a possibilidade de um diálogo direto com a literatura pertinente ao objeto de pesquisa. E assim como afirma Creswell (2010)

Além de selecionar uma abordagem quantitativa, qualitativa ou de métodos mistos, quem elabora uma proposta também precisa rever a literatura acadêmica sobre o tópico de seu interesse. Essa revisão da literatura ajuda a determinar se vale a pena estudar esse tópico e proporciona *insight* sobre as maneiras em que o pesquisador pode limitar o escopo para uma área de investigação necessária. (CRESWELL, 2010, p. 48)

8.1 LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS NO INTERCOM

Por se tratar de uma temática envolvendo a educação e, também a comunicação, foram levantados pela pesquisadora trabalhos publicados pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). Fundada em 12 de dezembro, de 1977, na cidade de São Paulo, a entidade “preocupa-se com o compartilhamento de pesquisas e informações de forma interdisciplinar. Além

¹³² Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação

¹³³ Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

¹³⁴ Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

¹³⁵ Congresso Nacional de Educação

¹³⁶ Revista do Departamento de Comunicação e Educação e Artes da ECA/ SP.

¹³⁷ Revista Científica de Comunicação e Educação.

de encontros periódicos e simpósios, a instituição promove um congresso nacional – evento de maior prestígio na área de pesquisa em Comunicação, que recebe uma média de 3,5 mil pessoas anualmente, entre pesquisadores e estudantes do Brasil e do exterior”¹³⁸.

Optou-se por trabalhos publicados no encontro nacional. O encontro costuma ocorrer de forma itinerante uma vez por ano. Dentre os grupos de trabalho desenvolvem-se as seguintes temáticas:

- a) JORNALISMO: (Gêneros Jornalísticos; História do Jornalismo; Jornalismo Impresso; Teoria do Jornalismo; e Telejornalismo)
- b) PUBLICIDADE E PROPAGANDA: (Publicidade e Propaganda)
- c) RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: (Relações Públicas e Comunicação Organizacional)
- d) COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL (Cinema; Estudos de Televisão e Televisualidades; Fotografia; Ficção Seriada; Rádio e Mídia Sonora)
- e) MULTIMÍDIA: (Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas; Comunicação e Cultura Digital; e Games)
- f) INTERFACES COMUNICACIONAIS: (Comunicação e Educação; Comunicação e Esporte; Comunicação e Culturas Urbanas; Comunicação, Música e Entretenimento; Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade; e Produção Editorial)
- g) COMUNICAÇÃO, ESPAÇO E CIDADANIA: (Comunicação para a Cidadania; Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local; Geografias da Comunicação; América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais; Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros)
- h) ESTUDOS INTERDISCIPLINARES: (Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente; Comunicação, Imagem e Imaginário; Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão; Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura; Políticas e Estratégias de Comunicação; Semiótica da Comunicação; Teorias da Comunicação; e Comunicação e Religião).

¹³⁸ Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/a-intercom>. Acesso em: 17/12/2019, às 15h04.

Para levantamento bibliográfico condizente a temática buscada pela pesquisa de tese, o levantamento se concentrou nos seguintes grupos de trabalho: **Teoria do Jornalismo; Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas; Comunicação e Cultura Digital; Comunicação e Educação; Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade; Comunicação para a Cidadania; Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais; Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão.**

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTERCOM						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0772-1.pdf	O Facebook e o Professor do Paraná – profissionalidade docente em tempos de rede social	Selma de Fátima Bonifácio COLODEL	O presente artigo representa parte de uma pesquisa de Doutorado em Educação pela Universidade Federal do Paraná, ainda em desenvolvimento. O estudo propõe analisar o uso do Facebook pelo professor do Paraná, procurando identificar, por meio desta ferramenta, como são expressos possíveis elementos da profissionalidade docente, suas representações, concepções e valores. Nesse sentido, busca-se pensar sobre o professor no contexto atual, de que forma se relaciona com a tecnologia, como tem utilizado o Facebook para manifestar-se e, em que medida tais escolhas expressam elementos próprios do “ser professor”.
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3429-1.pdf	Redes sociais na escola: dos memes na Internet aos processos de aceleração temporal entre docentes	Douglas CALIXTO	O artigo pretende analisar a percepção de docentes sobre a circulação de memes nas redes sociais na Internet e os possíveis desdobramentos para o universo escolar. À luz das questões relacionadas à aceleração social e aos estudos sobre cibercultura, o objetivo é compreender como essa expressão da web, organizada em imagens, GIFs, montagens e a chamada 'zoeira', reflete sobre os processos de socialização entre professores. Para isso, a pesquisa buscará entender como a circulação veloz e massiva de memes incute nas ideias e nas percepções dos docentes sobre o cotidiano e os ritmos temporais da escola. A investigação será realizada com professores da rede municipal de São Paulo que participaram do curso “Redes Sociais na Escola”, oferecido pela Secretaria Municipal de Educação da capital no 2º semestre de 2015.

2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/ais/nacional2016/resumos/R11-2208-1.pdf	A Implementação Social do Pensamento Crítico Midiático: a Escola como Dispositivo.	Cristine Rahmeier Marquette	Este artigo trata de questões que permeiam o campo da Comunicação e da Educação, e tem como tema a construção e o desenvolvimento do pensamento crítico a respeito da mídia e dos processos comunicacionais. Elaborado através de uma revisão bibliográfica e apresentando uma discussão teórica, este artigo tem como objetivo colocar em debate as possibilidades que se estabelecem através de pesquisas interdisciplinares que envolvem a educação e a comunicação, evidenciando a escola como um eficiente dispositivo crítico social. Serão discutidos aspectos da comunicação social, mais especificamente os preceitos do sistema de resposta social, e também o papel da escola na questão de formação do pensamento crítico midiático. A relação entre essas duas áreas de conhecimento, acredita-se, fica explicitada nas propostas levantadas ao final deste artigo.
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1433-1.pdf	Interações entre os diversos sujeitos frente à complexidade do conhecimento e novas tecnologias da informação e comunicação	Aron Rodrigo BATISTA William Castro MORAIS	Sabe-se que o espaço escolar tem sido instituído, caracterizado e constituído por sujeitos que almejam ensinar e aprender, no qual a escola, através de seus instituídos, tem a incumbência de desenvolver e fazer entender os saberes científicos e torná-los saberes apreendidos. Espaços estes que necessitam de pesquisa na forma de reflexão e ação da prática pedagógica, além da preocupação com a invasão e inserção das novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC's). Sendo assim, aumenta a responsabilidade de trabalhar com a diversidade de sujeitos sobre o modo de “conhecer, pensar, agir e interagir” no contexto educacional ao se usar as novas tecnologias da informação e comunicação.

2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0365-1.pdf	Literacias em comunicação no mundo conectado: uma proposta de mídia-educação a partir das dicas de personalidades nas mídias sociais	Christiane Delmondes VERSUTI. Mariana Carareto ALVES Mariane Frascareli LELIS Mayra Fernanda FERREIRA	O presente trabalho tem por objetivo destacar a importância da alfabetização midiática e informacional – as literacias – para os jovens, através de atividades de mídia-educação que desenvolvam competências de busca, avaliação, utilização e produção de informações em mídias sociais. Para tal, realizamos revisão bibliográfica de temas relacionados e desenvolvemos a proposta de uma atividade prática para demonstrar como seria a apropriação, utilização e produção de informações referentes às dicas e às informações que personalidades das mídias sociais postam e compartilham. Desse modo, é possível pontuar a necessidade de desenvolver a competência informacional para que os jovens possam saber avaliar tais informações com mais criticidade.
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2694-1.pdf	Midiatização e a escola: contribuições para pesquisas que propõem a abordagem das mídias em sala de aula	Larissa Fernanda Domingues ROSSETO2	O trabalho com o conteúdo e a linguagem dos meios de comunicação em espaços formais de educação é uma necessidade que se impõe ao professor, porém para a qual ele não tem formação. Dentro do campo da interface comunicação e educação, estão sendo desenvolvidas uma infinidade de propostas para o trabalho em sala de aula. Embora não haja um consenso sobre a abordagem mais eficiente, é importante que os estudos nessa área se pautem por uma vigilância epistemológica e metódica que considerem a voz do outro e as condições nas quais são produzidos os enunciados dos sujeitos envolvidos na pesquisa. Nesse sentido, autores como Bordieu e do Círculo de Bakhtin têm contribuições importantes.

2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1045-1.pdf	Mídias Sociais e Educação: Perspectivas, Formação Docente e Ferramentas Digitais	Clovis FURLANETTO João de Deus DIAS NETO Marion Neves AUGUSTO	Este trabalho analisa publicações sobre inter-relações entre Mídias Sociais e Educação. Aprendizados, percepções e consequências sobre impactos das novas tecnologias da comunicação e informação - TIC's são evidenciados. Três eixos foram destacados na análise de conteúdo: perspectivas das mídias sociais em ambientes educacionais, formação de docentes e públicos envolvidos e panorama das ferramentas digitais. O objetivo é gerar reflexões sobre possibilidades de ações, nos ambientes educacionais, para a inserção qualitativa da sociedade nos espaços digitais. Apesar do acesso às ferramentas tenha aumentado vertiginosamente, persistem problemas na capacitação de todos os envolvidos em processos educacionais, gerando desafios para que haja uma absorção rápida e qualitativa das tendências e perspectivas, na educação das próximas gerações.
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0365-1.pdf	“É para escrever sério?” Uma experiência com uso de redes sociais online na sala de aula.	Alessandra Pinto de Carvalho Leandro Marlon Barbosa Assis	No contexto atual das comunicações, as tecnologias de informação entraram efetivamente em todas as esferas de atuação dos cidadãos. Neste artigo, procuramos refletir sobre o uso das redes sociais online como meio de comunicação para atividades educativas de jovens. Tomamos como base uma experiência com alunos ingressantes em um curso superior escrevemos particularidades na participação e expressão do grupo na atividade. Para avaliar as manifestações observadas, empregamos conceitos que relacionam e iniciamos uma avaliação sobre o diálogo proposto nas formas de compartilhamento de conteúdo no fórum online em consonância discutidas em sala de aula.

2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2483-1.pdf	Docentes Conectad@s: Um Estudo Preliminar sobre a Circulação e a Propagação de Informações no Facebook	Janaina dos Reis Rosado Lynn R. Gama Alves	O objetivo central deste artigo é apresentar um estudo preliminar sobre docentes imersos no Facebook e a propagação e a circulação de informações em suas postagens. Os sujeitos foram observados oito horas por dia, sete dias por semana e destacamos onze temas que mais emergiram nas suas timelines. Considerando-se o ciberespaço como um ambiente sociocultural onde o Facebook se inscreve, a netnografia demonstrou-se adequada às necessidades deste trabalho que pretendeu compreender como o fenômeno da circulação e propagação de informação é vivenciado. Destarte, alguns métodos de pesquisa para internet também são discutidos neste trabalho. Concluímos que os docentes conectad@s fazem de suas páginas espaços de discussão, reflexão, catarse, educação, divulgação e propagação de informação, tudo isso com base na interação e na audiência que possuem na rede.
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3142-1.pdf	Atores da notícia: grupos de jovens na produção e recepção de conteúdos midiáticos	Janaina Cristina Marques CAPOBIANCO	O jornalismo vive um momento de mudanças estruturais. Profundas transformações nas dinâmicas de produção, distribuição e recepção de conteúdos estão em curso, alterando processos e conceitos ora consolidados para o campo teórico e profissional do jornalismo. Esta pesquisa pretende olhar as novas dinâmicas de produção de conteúdo, que com as novas tecnologias está colocada de forma ostensiva e descentralizada, com a emergência de novos protagonistas e novas interferências no discurso midiático. Deste modo, a parte empírica da pesquisa pretende acompanhar grupos de jovens na cidade de São Paulo e suas dinâmicas como produtores e como receptores de conteúdos midiáticos, uma vez que os polos ora opostos do processo comunicativos estão cada vez mais difusos e imbricados.

2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1710-1.pdf	Fenômenos de Mediação, Miatização e Novos Polos de Emissão em Trocas Comunicacionais pelo WhatsApp	Ana Paula Pinto de CARVALHO Mônica Cristina FORT	O artigo oferece reflexão acerca de relações de sujeitos que realizam trocas comunicacionais amparados pelo WhatsApp. Nessa configuração comunicacional, identificam-se múltiplos atores que ora atuam como emissores, ora como receptores, formando uma estrutura em que se mesclam fatores como influência, presença e manifestação de opinião. O objetivo do estudo é demonstrar como trocas comunicacionais realizadas por meio do referido aparato se configuram contribuições efetivas. O referencial teórico baseia-se em Hepp e Hasebrink, Hall, Jenkins e Canclini. Trata-se de uma das etapas de pesquisa que busca analisar interações pelo WhatsApp em ambientes organizacionais. Para esse texto, foram escolhidas interações ocorridas durante acontecimento nacional conhecido como Black Friday, de 2015, num grupo a que pertencem 135 membros de organizações do setor público de serviços espalhados pelo país. O estudo tem como metodologia a observação participante e, para discutir as interações, adotam-se pressupostos de análise do discurso de Foucault.
2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2303-1.pdf	A Velocidade na Comunicação: questões de emissão e recepção na sociedade da cibercultura	Dirceu Martins Alves	O presente trabalho discute a velocidade na comunicação, a partir de uma análise do ritmo da produção, veiculação e recepção da informação na sociedade da era da cibercultura. As redes de computadores ligados pela internet estão propiciando a comunicação através de jornais online, portais online, de notícias com conteúdo informativo ou meramente de entretenimento, e através das redes sociais os usuários podem unir todas essas interfaces num único espaço. O leitor de jornais online tem um espaço para comentar as notícias na própria página do jornal, ou em filtrações dos conteúdos para a sua rede social. Isso está apontando para um novo paradigma no processo de comunicação, que é o do receptor que atua diretamente também como emissor. Se a velocidade é uma condição do tempo pós-moderno, devemos reorientar nossas teorias, incluir os estudos de recepção como uma nova epistemologia.

2016	XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ eventos1/congresso-nacional/2016	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1940-1.pdf	Quando as Notícias mais Compartilhadas são Falsas: a Circulação de Boatos durante a Semana do Impeachment no Facebook	Suélen de Lima LAVARDA Carlos SANCHOTENE Ada C. Machado da SILVEIRA	Na semana que antecedeu a votação da abertura do processo de Impeachment da Presidente Dilma Rousseff, três das cinco notícias mais compartilhadas no Facebook eram falsas. Este trabalho busca analisar a circulação das três notícias e sua propagação a partir dos comentários de leitores por meio da observação assistemática. Em um primeiro momento abordamos as características dos boatos para, em seguida, discutir as redes sociais digitais e a circulação de boatos. A partir dos comentários foram identificadas três categorias de leitores: questionadores, apoiadores e alertas. Entre os resultados, apontamos que as especificidades do ambiente digital potencializam a propagação de informações falsas, sobretudo pela velocidade de difusão dos conteúdos e pelo potencial de alcance a inúmeros indivíduos.
------	---	---	---	---	---	---

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTERCOM						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1422-1.pdf	A perspectiva ética e os processos de ensino e aprendizagem em Jornalismo em tempos de pós-verdade	Cláudia Maria Moraes BREDARIOLI	Esse artigo está organizado de maneira a abordar a questão da pós-verdade para trazê-la à tona à luz das conexões entre a Comunicação e a Educação, pensadas no âmbito do ensino de nível superior em Jornalismo, especialmente pela ótica da experiência de ensino e aprendizagem na disciplina de Ética Jornalística. A partir daí, apresenta algumas percepções discursivas captadas com alunos de Jornalismo que passaram pela experiência de produzir notícias falsas a partir de fatos reais – e que expõem em suas análises uma forte preponderância da perspectiva deontológica e de parâmetros éticos em suas construções narrativas. Esses pontos são observados a partir da proposição de Paulo Freire para o desenvolvimento de ação comunicativa que, por sua vez, é tomada como um caminho possível para a emancipação no jornalismo por Dennis de Oliveira.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3018-1.pdf	Competência Midiática em Oficinas de Audiovisual: Análise Da Experiência Do Núcleo Mediar	Daniela OLIVEIRA Camilla Marangon FEITOZA Matheus Pereira SOARES Gabriela BORGES5 Soraya FERREIRA	Este artigo aborda o desenvolvimento da competência midiática na produção de conteúdos audiovisuais, as diferenças e semelhanças observadas durante um laboratório de audiovisual realizado em uma escola pública, a Escola Municipal Dr. Antonino Lessa, e em uma escola da rede privada, o Sistema Degraus de Ensino, ambas localizadas na cidade de Juiz de Fora/MG. O estudo sobre as dimensões e indicadores que promovem a competência midiática, proposto pelos pesquisadores Joan Ferrés e Alejandro Piscitelli (2015), embasou a elaboração, aplicação e análise das oficinas realizadas pelo projeto Competências Midiáticas em cenários euroamericanos do Núcleo Mediar/UFJF.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ev entos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1353-1.pdf	Comunicação e educação: desafios temporais	Adilson CITELLI	O texto a ser lido é o produto parcial de pesquisa ³ que realizamos junto a escolas de ensino básico na cidade de São Paulo e entorno. Está voltado a pensar nas interfaces comunicação/educação, ou educomunicação, tendo em vista as circunstâncias históricas contemporâneas, facultadas, sobretudo, pelas tecnoculturas. Em particular, pretende-se compreender os mecanismos de apropriação do tempo, cuja expressão perceptível está dada por algo que vimos chamando, na esteira de Hartmurt Rosa, de aceleração social. O smartphone, a internet, o sentimento de emergência, o just in time, o up to minute, o estar online, a rapidez da notícia, sugerem a ideia de que o tempo social se impôs ao tempo físico, cronológico. Procuramos indagar até onde tais fenômenos advindos, sobretudo, dos dispositivos da comunicação promovem encontros e desencontros junto à educação formal.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/ eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/ nacional2017/resumos/R12-2205-1.pdf	Mídias Sociais: Espaço para Educação Formal?	André TROPANO	A presença da tecnologia na vida dos jovens é cada vez mais intensa nessa geração de crianças conectadas aos avanços da técnica e do acesso à informação a poucos toques. Com o advento dos smartphones, a conexão ao ciberespaço e às mídias sociais se tornam cada dia mais obrigatórios e fundamentais para os nativos digitais. Nossa pergunta reside na relação da escola com as mídias sociais e a geração digital, de que forma podemos potencializar o ensino-aprendizagem e aproximar a escola da realidade dos jovens. Para isso, este estudo pretende ser um start para avaliar a experiência de professores com o uso de mídias sociais na educação formal, tendo como ponto de partida pesquisa empírica em duas escolas do Ensino Médio do Rio de Janeiro, para propor reflexões na aplicação de novas metodologias pelas instituições escolares

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portallintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portallintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0276-1.pdf	Os Jovens, as Tecnologias e as suas Relações com o Universo Escolar: Primeiras Aproximações	Sérgio Luiz Alves da ROCHA Patricia Oliveira de FREITAS	Este texto apresenta algumas reflexões iniciais de um projeto, em andamento, que busca compreender as relações entre os jovens, as tecnologias e as práticas escolares. A questão norteadora é perceber de que forma a relação dos jovens com as tecnologias tem produzido modificações nas formas através das quais eles se relacionam com as demandas da instituição escolar, constituindo práticas que dão novo significado aos processos de escolarização. O projeto está sendo realizado, neste momento, em 3 escolas públicas do Rio de Janeiro a partir do emprego de métodos quantitativos e qualitativos, tendo uma pretensão comparativa a partir de uma reflexão sobre os diferentes usos e práticas.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portallintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portallintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3072-1.pdf	Protagonismo midiático: uma experiência na formação de usuários geradores de conteúdo	José Dias PASCHOAL NETO José Armando VALENTE	O artigo contextualiza o protagonismo midiático e mostra como as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação possibilitaram ao usuário, entendido como audiência, romper a passividade para produzir, compartilhar e distribuir conteúdos. O objetivo da pesquisa foi desenvolver metodologia ativa junto a participantes de um curso de produção audiovisual, cujo foco foi a aprendizagem por meio da resolução de problemas de forma colaborativa e participava entre todos os aprendizes que desenvolveram o curta metragem “Um dia na vida de Conceição: uma doméstica fofoqueira”. Foi utilizado o método de pesquisa-ação integral e sistêmica. A metodologia detalha todas as etapas da produção audiovisual e apresenta uma síntese dos passos sugeridos para sua implantação.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2990-1.pdf	Consumo midiático de jovens cametaenses: pesquisa exploratória na cidade de Cametá e na comunidade Rio Furtados	Maria Ataíde MALCHER Netília Silva dos Anjos SEIXAS Weverton RAIOL Felipe Jailson Souza Oliveira FLORÊNCIO	O presente artigo apresenta um relato com os primeiros achados de pesquisa de campo realizada pela Universidade Federal do Pará com jovens de 15 a 24 anos no município de Cametá, no estado do Pará, tanto no centro urbano quanto na comunidade Rio Furtados, localizada na área rural. Neste primeiro movimento de análise, trazemos os dados contextuais sobre a realidade do município, as orientações teórico-metodológicas da pesquisa e observações sobre o consumo midiático dos jovens participantes da pesquisa, a partir de dinâmicas de grupo e entrevistas.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1925-1.pdf	Cultura da Conexão: diálogo entre recepção e relações midiáticas na Ciberultura	Phillipe Halley Martins PEREIRA Maria Cristina GOBBI	A evolução tecnológica dos meios de comunicação vem orientando o mundo a uma renovada experiência relacional com a cultura. Cada passo na evolução econômico-social, nota-se um crescimento no acesso e participação da sociedade nas tecnologias midiáticas, desencadeando transformações nos cenários da comunicação como um todo. Resultado de uma nova lógica midiática: cultura moldada pelas mídias e seu conteúdo propagável. Essa é a “Cultura da Conexão”, termo cunhado por Henry Jenkins para caracterizar essa conectividade acentuada e crescente de nossa era. A proposta do artigo é propor um diálogo entre esse conceito e as teorias da Estética da Recepção e a Ciberultura, com o intuito de discutir como se desenvolve a “Cultura da Conexão” na vida em sociedade.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2197-1.pdf	Jovens e tecnologia: a vida mediada por dispositivos móveis em um Município do Interior do Amazonas.	Soriany NEVES	O artigo faz parte de algumas experimentações empíricas de uma pesquisa de doutorado ³ em campo no Município de Parintins, no Amazonas, a fim de observar as práticas de comunicação digitais móveis em ambientes de praças públicas com wi-fi, chamados na região como praças digitais, tendo como diretriz o projeto de cidade digital implementado em Parintins em 2006. A experimentação principal foi a aplicação de um questionário online com jovens moradores do Município de Parintins, Amazonas. Propomos investigar como tais dispositivos interligados nesses espaços alteraram a rotina de jovens de comunidades rurais e urbanas, bem como instituem novas formas de habitar a cidade. Desta feita buscaremos compreender como as tecnologias digitais reformulam a configuração espaço-temporal e as relações dos habitantes neste Município.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0032-1.pdf	Juventude e Ciberativismo: Desigualdades e Diferenças Promovendo Mobilizações	Gracielly Soares GOMES Danie Marcelo de JESUS	A cultura juvenil está intimamente interligada às novas tecnologias. Essa relação resulta em diversas novas representações e peculiaridades na construção de novos significados no que se refere à definição do que é ser jovem. As diferenças e desigualdades sociais possuem suas formas potencializadas quando retratadas na condição juvenil, de modo a se refletir nos seus riscos e sofrimentos. Neste contexto, apresentamos neste trabalho uma reflexão relacionando concepções teóricas correlacionadas à atualidade da vivência jovem e suas mobilizações a partir de ambientes virtuais.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0875-1.pdf	Juventude e Consumo Midiático: explorações etnográficas em tempos de convergência.	Nilda Jacks Mariângela Toaldo Jane Marques Fernanda Chocron Miranda Guilherme Libardi Fernando Gonçalves Roger Seula	Neste artigo são apresentados resultados parciais de duas explorações etnográficas realizadas no município de Tavares/ RS. A intenção foi conhecer as práticas relativas ao consumo midiático e uso de plataformas digitais por jovens de 18 a 24 anos, moradores das zonas urbana, rural e litorânea do município. Como procedimentos metodológicos, valemo-nos de dados históricos, geográficos e socioeconômicos; observação e descrição dos ambientes de vivência dos jovens; entrevistas abertas com eles e com outros informantes. Sobre as práticas juvenis até o momento, verificamos o uso intensivo de tecnologias digitais que se configuram como elementos-chave no estabelecimento dos relacionamentos entre os jovens, no âmbito do lazer e do trabalho, configurando novos sentidos ao “ser jovem” no contemporâneo.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0710-1.pdf	Questões de consumo midiático: do que gostam e o que postam alguns jovens paulistanos no Facebook?	Maria Cristina Dias ALVES Eneus TRINDADE Clotilde PEREZ Lívia Silva de SOUZA Rosana MAURO Cinira BAADER	Este texto é resultado da reflexão da equipe São Paulo, um dos grupos que compõem a Rede Brasil Conectado que desenvolve estudos sobre as práticas dos jovens brasileiros na internet8, a partir dos dados compilados na fase exploratória da pesquisa Jovem e consumo midiático em tempos de convergência. Nele nos debruçamos sobre os sentidos que emergem da trajetória dos jovens paulistanos na rede social Facebook, especificamente aqueles referentes aos dados dos perfis e aos supertemas recorrentes nos posts dos observados, para inferir sobre as lógicas possíveis nos usos e consumos midiáticos nesta rede social.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2680-1.pdf	Entre o verdadeiro e o falso: a manufatura da informação na era da pós-verdade	Ana Paula de Moraes Teixeira	O objetivo deste ensaio é discutir alguns apontamentos e recuperar alguns exemplos acerca do condicionamento da realidade a partir da fabricação da informação, utilizando como pano de fundo algumas conceituações etimológicas em Flusser. O texto também propõe refletir sobre a elasticidade e manufatura da informação em um cenário de mediação em que "the post-truth" é centro de gravidade nas discussões contemporâneas, acadêmicas e profissionais.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0283-1.pdf	A dessacralização da notícia compartilhada nas redes sociais: um estudo dos posts da página Caneta Desmanipuladora	Maria Cristina Guimarães Rosa do Amaral	O presente artigo faz parte de uma pesquisa em andamento sobre o compartilhamento dos posts da página do Facebook Caneta Desmanipuladora, seu lugar como ativismo online na vigilância e crítica à imprensa e seu impacto sobre o jovem, considerando a forma como ele encara e consome a informação jornalística hoje. Ao investigar o surgimento de um espaço cotidiano para a “desmanipulação” de manchetes de jornais impressos e online, com todas as características inerentes a uma produção na web, e o consumo desta produção pelos jovens, é preciso, a priori, problematizar a própria ideia da manipulação na construção das notícias. Sem exaurir a questão, o artigo pretende se debruçar sobre o assunto traçando caminhos à luz de algumas teorias do jornalismo.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0920-1.pdf	Hyperjornalismo e Fake News: reflexões Sobre a Autoridade Jornalística	Seane Alves MELO	Neste artigo, procuramos contribuir para o debate em torno de fake news a partir da noção de era do hyperjournalism, defendida por Bolin (2014). Com essa proposta, deslocamos o debate das ferramentas ou soluções disponíveis para evitar a propagação de notícias falsas em sites de redes sociais para uma reflexão sobre as condições de emergência desse fenômeno. Questionamos se é em torno das oposições entre verdade e mentira, entre investigação jornalística ou falta dela, que poderemos avançar nessa discussão e sugerimos que a discussão da veracidade não pode ser separada da discussão da autoridade.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3130-1.pdf	Para que servem as notícias: uma discussão sobre jornalismo e cidadania e uma defesa da alfabetização mediática e informacional	Mônica CHAVES	Este trabalho apresenta uma discussão sobre qual é a importância das notícias nas sociedades democráticas, apontando as relações entre jornalismo e cidadania, por três perspectivas: a) as notícias como construções discursivas e narrativas, e seu papel no estabelecimento de uma agenda de assuntos considerados importantes pela opinião pública; b) a importância atribuída às notícias nas sociedades industriais e democráticas; e c) o que muda no papel das notícias após o advento e a consolidação das mídias digitais da internet. Por fim, mostra a defesa, por alguns autores, da alfabetização mediática e informacional como uma possível solução para as questões trazidas pelas mudanças provocadas pela consolidação do ambiente mediático digital.
2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2958-1.pdf	A Urgência do Tempo na Cultura Digital: web 3.0, instantaneidade e futuros ilusórios	Fernanda da Silva RIBEIRO	Este artigo tem por objetivo fazer uma reflexão sobre o tempo na Cultura Digital a partir do uso das tecnologias digitais móveis e da conexão contínua, sobretudo nas redes sociais online, onde grande parte das pessoas está always on e onde a inteligência artificial nos solicita a todo o instante. Utilizando o conceito de dromologia, do filósofo e urbanista francês Paul Virilio, e retomando as gerações da internet - web 1.0, 2.0 e 3.0 -, pretende-se apontar a urgência do tempo nas sociedades contemporâneas, bem como rever a ideia de que num futuro ideal e mais conectado as pessoas teriam mais tempo livre.

2017	40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portallintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/20173	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0147-1.pdf	Acessos e usos da Internet pela juventude - digital e hipermoderna: apontamentos a partir da PNAD Internet 2015	Patrícia Fernandes Viana Franco CASTRO	Esse artigo traz reflexões sobre como relações de consumo da juventude mudam com e nas novas mídias, com a tribalização como nova forma de pensar e se relacionar no contexto da hipermodernidade. A partir de dados da edição de 2015 da PNAD Internet3, investiga-se os sentidos de ser jovem no cenário hipermoderno e digital e as relações entre juventude e novas tecnologias. Assim, pretende-se desenhar o cenário para a pesquisa sobre consumo transmídia de ficção seriada audiovisual, a partir da análise de interações na página oficial da Netflix Brasil na rede social Facebook, em desenvolvimento no PPGMC/UFF4 e inscrita no grupo “Mídias, redes e jovens: usos e apropriações em contextos digitais
------	---	---	---	---	--	---

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTERCOM						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portallintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-2058-1.pdf	Conexão e “Pós-verdade”: Propagabilidade da Desinformação?	Flávia Gonçalves de Moura ESTEVÃO2 Lúcia FARIAS3	Este artigo objetiva refletir sobre a possível desinformação, nos espaços digitais, gerada por três fatores associados: alta propagabilidade de conteúdos indiscriminados, a prevalência algorítmica tecnológica que valida os critérios de relevância da informação e o aspecto da fé que torna um conteúdo crível. É uma reflexão crítica, com base em levantamento bibliográfico, que se divide em três momentos: primeiramente, uma abordagem da conectividade social na formação basilar da propagabilidade; num segundo momento, a concepção de “pós-verdade” como uma situação em que o indivíduo tende a acreditar mais nos valores em comum com sua rede social do que em fatos objetivos; para assim associar aos fatores técnicos que desafiam a criação de discernimento e incentivam, inclusive, a propagação de notícias falsas.

2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/ais/nacional2018/resumos/R13-2171-1.pdf	Hábitos digitais do jovem fluminense: análise comparativa entre as pesquisas TIC Domicílios e Rede Brasil Conectado	Anderson ORTIZ Camila Augusta PEREIRA	O artigo entrecruza os resultados de duas pesquisas distintas sobre consumo e práticas dos jovens que usam as TIC, com recorte específico do jovem do Rio de Janeiro, comparado ao jovem brasileiro, de acordo com a triangulação metódica proposta para os estudos da Comunicação. São trazidos os resultados da Pesquisa TIC Domicílios 2016, realizada pelo Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI.Br) e da pesquisa Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência, da Rede Brasil Conectado (UFRGS). A análise cruzada permite identificar o jovem fluminense como adotante em níveis mais elevados em relação aos demais jovens do Brasil de variadas práticas comunicativas e multimídia. Corrobora o protagonismo do smartphone como principal aparato de acesso à internet, em uso unitário ou conjugado com outras plataformas tecnológico-midiáticas
2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/ais/nacional2018/resumos/R13-0042-1.pdf	Redes Sociais Como Propagadoras de Boatos: Perspectivas Experienciais a partir da Enchente de 2015 no Vale do Itajaí (SC)	Moisés CARDOSO Tarcis PRADO JUNIOR Franco IACOMINI JUNIOR	A conectividade revolucionou o jornalismo e abriu uma diversidade midiática, que complementa as informações de forma abrangente e imediata. Este artigo propõe analisar os boatos compartilhados em redes sociais digitais no desastre ambiental de 2015 no Vale do Itajaí (SC) a partir das memórias de jornalistas que atuaram na cobertura do evento. Informações desencontradas influenciaram a percepção dos leitores sobre as causas e os impactos de um evento climático, a partir da “Teoria do Contrato Comunicacional”. Para o cumprimento do objetivo proposto, utilizou-se uma pesquisa qualitativa, com entrevistas junto a jornalistas da região de Blumenau (SC). Os resultados apontaram que, apesar de os usuários estarem interagindo nas redes digitais, existe a falta de entendimento para os diferentes gêneros jornalísticos presentes nas plataformas digitais.

2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portallintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portallintercom.org.br/anais/nacional2018/sumos/R13-1717-1.pdf	“Marielle, Presente!”: O combate às fake news quando a verdade está ausente	TSAI Yi Jing2 Dandara MAGALHÃES	Marielle Franco, quinta vereadora mais votada do Rio de Janeiro no pleito de 2016, foi assassinada no dia 14 de março de 2018. O crime gerou amplo debate na sociedade e, conforme as especulações sobre possíveis motivos e responsáveis começaram a ser levantadas, um conjunto de notícias falsas sobre Marielle foram lançadas em sites de redes sociais. A circulação dessas fake news geraram uma micromobilização entre pessoas do mundo inteiro que, ao denunciar as notícias para a equipe da vereadora, tiveram papel essencial no fortalecimento da ação judicial levantada pela família de Marielle Franco. Tendo como base a análise do material veiculado e dos acessos ao site e páginas de sites de redes sociais da vereadora, este trabalho se propõe a investigar como se deram as micromobilizações para se combater às fake news no Caso Marielle.
2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portallintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portallintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0243-1.pdf	“Obrigada por ter vindo aqui”: A rede social como lugar de práticas e criação de experiência entre jovens	Aline Paz 2 Amaral Rúbia da Silva	Este artigo propôs apresentar práticas de consumo por jovens em ambientes online. Através de uma análise de inspiração etnográfica, para pensar a internet enquanto campo de ação, produção e compartilhamento de práticas independentes e autônomas. A pesquisa se desenvolveu tendo como objeto empírico a descrição e análise da comunidade Kaneki na plataforma de rede social do Facebook. Com esta pesquisa, podemos verificar toda uma organização descentralizada e planejada por jovens para a manutenção de regras, orientações, missões e uma série de práticas que acontecem neste ambiente online em grupos no Facebook. Constatamos jovens coordenando jovens, neste campo de direitos e deveres exercidos pelos mesmos, sob uma filosofia de justiça e proteção.

2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0267-1.pdf	A Prática Docente e as Mídias Digitais: o Cotidiano de uma Escola Pública na Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Leandro Marlon Barbosa ASSIS2 Alexandre FARBIARZ	O objetivo deste artigo é discutir, a partir da análise do cotidiano escolar de uma escola da região metropolitana do Rio de Janeiro, a naturalização do discurso de que a melhoria das escolas se daria a partir da introdução das mídias digitais. Para apresentarmos os resultados da análise do caso da escola, no que concerne à prática docente e seus vínculos com as mídias digitais, a estrutura escolar e a gestão pedagógica serão discutidas de modo preliminar em conjunto com os conceitos de cotidiano e Cultura das Mídias. Por fim, buscamos compreender a Educação Crítica para as Mídias como uma forma de impedir a reprodução do tecnicismo na utilização das mídias digitais dentro das escolas públicas, observando o estado do Rio de Janeiro.
2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1289-1.pdf	Comunicação e Educação: a utilização do Smartphone no processo de ensino-aprendizagem	Antonia Zeneide Rodrigues	Na contemporaneidade são perceptíveis as mudanças na dinâmica social, e consequentemente na maneira como nos comunicamos. Para este artigo buscaremos aliar a problemática comunicacional à educação, destacando nesse processo a utilização do smartphone. Trata-se de um recorte da minha dissertação de mestrado que se ancorava nas tecnologias de informação e comunicação, inclusão digital, educação e políticas públicas de inclusão digital. Destaco para esse texto um dos vieses da dissertação, considerando a utilização do smartphone nas escolas levantando questionamentos acerca das modificações no processo de ensino-aprendizagem e na comunicação.

2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1404-1.pdf	Jornalismo participativo e Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação	Matheus Cestari CUNHA	Antes da existência da internet, a Teoria das Mediações apresentava a ideia de um indivíduo ativo e que negocia os sentidos dos conteúdos midiáticos com o contexto que o circunda. Com surgimento da nova ferramenta, imaginou-se que esse cenário seria cada vez mais possível graças às novas possibilidades de uma comunicação democrática. Porém, essa premissa não acontece de forma plena. Dessa maneira, se demonstra a percepção de uma Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação de modo que, para além da necessidade de aplicação destes conceitos, eles se tornam uma importante mediação para compreender o fenômeno da recepção midiática. Portanto, este artigo tem o objetivo de fazer uma pesquisa bibliográfica deste cenário, na tentativa de apresentar contribuições para a Teoria das Mediações ao propor a Alfabetização Midiática e Informacional como instância de mediação.
2018	41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2018	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0137-1.pdf	Uma reflexão sobre as relações entre os jovens, a escola e os usos das tecnologias	Patrícia Oliveira de FREITAS Sérgio Luiz A. da ROCHA	Neste texto apresentamos alguns resultados de uma pesquisa realizada com jovens do ensino médio de três escolas públicas do Rio de Janeiro. Ao longo da primeira etapa da pesquisa, realizada entre 2016-2017 foram aplicados 180 questionários. Os dados apresentados e analisados aqui constituem uma parcela das questões presentes no questionário. A partir de sua apresentação discutiremos algumas concepções comuns à respeito da relação entre os jovens e as tecnologias. Uma delas refere-se a imagem bastante comum que concebe os jovens como uma parcela da população constantemente conectada. Uma visão que naturaliza a relação dos jovens com as tecnologias e, ao mesmo tempo, apresenta forte conotação moral, avaliando de forma negativa tal relação.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTERCOM						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1554-1.pdf	Compartilhamento de notícias em redes sociais: Revisão da literatura publicada entre 2015 e 2019	Ana Beatriz LEITE	O presente artigo apresenta um panorama inicial da literatura, nacional e internacional, acerca do compartilhamento de notícias em redes sociais publicada entre 2015 e o primeiro semestre de 2019. Tomando como base uma revisão anterior (KÜMPEL et al, 2015) para fins comparativos, analisamos as 39 pesquisas coletadas a partir de oito aspectos: país do autor, tipo de estudo, país da coleta de dados, rede social em investigação, abordagem teórica, abordagem analítica, abordagem metodológica e objeto central em investigação. Os resultados reforçam alguns padrões apontados anteriormente, mas demonstram também alterações nas perspectivas de pesquisa. Passos futuros de nossa revisão incluem uma análise mais detalhada dos estudos, com intuito de traçar os novos achados e apontar novas direções para o campo.
2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0428-1.pdf	Consumo Midiático em Aracaju: Uma análise de conteúdo de jovens da geração Y1	Madianne Nunes2 Matheus Felizola3 Vitor Braga	O artigo aborda o consumo cultural e midiático dos jovens habitantes da capital sergipana, em um contexto marcado pela convergência midiática (JENKINS, 2009). Para tanto, apresentamos uma análise de conteúdo de 25 entrevistas semiestruturadas realizadas em 2018 e 2019 com jovens de 18 a 24 anos de diversas instituições de ensino. A proposta foi de aplicar a mesma metodologia do projeto “Consumo midiático em tempos de Convergência: Brasil profundo”. Pudemos perceber, em nossa análise de conteúdo (BARDIN, 2016), que os jovens de Aracaju apresentam um distanciamento gradativo em relação à centralidade da mídia massiva, em favorecimento a um consumo que ocorre nas mídias sociais, principalmente nos dispositivos móveis. Nesse aspecto, os jovens precisam lidar com aspectos particulares relacionados à circulação de conteúdos em sites e aplicativos promotores de redes sociais

2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0249-1.pdf	Juventude e Letramento Midiático: Pensando o Comportamento Online num Cenário Pré-Eleitoral	Carla Baiense Felix	Neste artigo, analisamos a relação entre letramento midiático (TORNERO, 2009) e comportamento online, considerando a experiência de jovens estudantes de Jornalismo revelada em três grupos focais, realizados entre setembro e outubro de 2017, na Universidade Federal Fluminense, Niterói. Produzidas a um ano das eleições presidenciais brasileiras, as reflexões de estudantes anteciparam muitos dos debates que emergiram ao longo da campanha de 2018, como a polarização política e a proliferação de mensagens falsas que saturaram o ambiente das redes sociais. A partir das discussões dos grupos e de uma revisão bibliográfica, buscamos identificar as estratégias adotadas pelos universitários para se protegerem dos efeitos nocivos da manipulação de dados e da desinformação e perceber o papel do letramento midiático na tomada de posição política.
2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1711-1.pdf	Nós Contra Eles: A Utilização de Fake News Como Ameaça à Democracia.	Carolina Toscano MAIA	Vivenciamos uma realidade em que o fluxo de informações fragmentadas e fora do contexto, exacerbado pela circulação de fake news, desafia as nossas crenças e consciência. A polarização política atual, o menosprezo aos clamores das minorias e a perseguição à diversidade, impõe um nós, contra eles. Neste artigo refletimos sobre o potencial comunicativo das mídias sociais e sua apropriação para implementação de planos de poder, ameaçadores da democracia. O excesso de vozes resultou em um panorama frequentemente marcado pela desinformação, desconfiança e intolerância. Fundamentam a nossa discussão autores como: Charaudeau (2006) tratando sobre mídia e efeitos de verdade; Dijk (2005) abordando discurso e ideologia; Jenkins (2014) contemplando a cultura da conexão e a mídia propagável.

2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0032-1.pdf	Educomunicação e Fake News: Contribuições da Alfabetização Midiática para a Transformação Social	Marcele Aroca CAMY	A proliferação das Fake News em cenário global e o impacto causado na sociedade vêm provocando estudos, pesquisas e debates nas mais diversas esferas. O fácil acesso a conteúdos e informações gera constantemente novos desafios em torno das audiências. Nesse sentido, este artigo apresenta alguns conceitos acerca da Alfabetização Midiática, conforme proposta da Unesco, além de iniciativas e caminhos acadêmicos que vêm sendo traçados para avanços no processo. Portanto, entender as contribuições da Educomunicação neste cenário, como algo construtor e impulsionador de empoderamento e fortalecimento do pensamento crítico, de forma democrática, é de significativa relevância para a transformação social e a formação de cidadãos esclarecidos.
2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1407-1.pdf	Educação midiática e tecnológica na formação docente	Edilane Carvalho TELES Gláucia Silva BIERWAGEN	Este artigo origina-se da investigação realizada com professores de educação básica em vinte e três estados no Brasil, com o objetivo de identificar desde a formação inicial, se os estudos foram voltados às inter-relações comunicação-educação e; se no percurso da prática pedagógica realizaram formações para o trabalho com os meios e as tecnologias em sala de aula. Busca conhecer como direcionam seus entendimentos sobre a área e, para tanto, utilizou-se como técnica investigativa um questionário que abrangeram 509 professores. Os resultados indicam um mapeamento por amostragem do cenário brasileiro, vislumbrando as possibilidades da educação midiática e tecnológica na formação inicial e continuada dos docentes.

2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1439-1.pdf	Gatekeeper: as portas estão escancaradas: Os meios de Comunicação estão sob controle? O uso das Tecnologias de Comunicação é fundamental para a sociedade	Carla Moraes CASTELLO BRANCO ²	Nesse artigo é abordada a origem da Teoria Gatekeeper também conhecida como Teoria da ação pessoal, que se originou em 1950, desenvolvida por David Manning White como forma de prerrogativa ao Jornalismo, além de discutir a vulnerabilidade do modelo jornalístico tradicional. Destaca-se ainda as inter-relações entre todos os atores que fazem parte do processo comunicacional, e novos gêneros e formatos de audiovisual. Com o objetivo geral de analisar o comportamento do jornalista ao exercer a profissão nessa transição dos modelos tradicionais apontados na Teoria Gatekeeper. Utilizou-se como metodologia para esse estudo a leitura de obras pertinentes ao tema proposto. Espera-se como resultado interpretar se, a teoria de David Manning White sobre gatekeeper se comprova na prática atual, e se ela pode também ser observada pela sociedade brasileira.
2019	42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/lista_area_DT5-CI.htm	http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0537-1.pdf	Relações de Confiança: a Construção da Credibilidade pela Imprensa em Tempos de Pós-verdade ¹	Luiza GOULD ² Victor ROCHA	Intentamos nesta investigação preliminar explorar o momento histórico em que emerge uma era da “pós-verdade” e no qual a presunção de credibilidade (Burge apud Lisboa; Benetti, 2015) no jornalismo é posta em questão, cenário com perceptíveis e substanciais impactos na sociedade. Compreendendo a comunicação como crucial à democracia (Wolton, 2006), refletimos sobre o que leva a tal quebra de confiança e qual seria um primeiro passo para resgatá-la. Neste percurso, recorremos aos conceitos de jornalismo como crença verdadeira justificada (Lisboa; Benetti, 2015) e cotidiano exercício de suspensão (Moretzsohn, 2007), além de nos debruçarmos sobre o conteúdo da reportagem A metástase, da Piauí. O trabalho revela bastidores da investigação do assassinato da vereadora Marielle Franco e do motorista Anderson Gomes.

8.2 LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS NO COMPÓS

Fundada em 16 de junho de 1991, na cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais, a COMPÓS é denominada como Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Contando com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) foi idealizada a partir da iniciativa de alguns pesquisadores e representantes dos cursos de Pós-Graduação das seguintes instituições: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Universidade Federal da Bahia (UFBA); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Universidade de Brasília (UnB); Universidade de Campinas (UNICAMP); Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

Dados do site da entidade apontam que:

A COMPÓS tem como objetivos principais o fortalecimento e qualificação crescentes da Pós-Graduação em Comunicação no país; a integração e intercâmbio entre os Programas existentes, bem como o apoio à implantação de novos Programas; o diálogo com instituições afins nacionais e internacionais; o estímulo à participação da comunidade acadêmica em Comunicação nas políticas do país para a área, defendendo o aperfeiçoamento profissional e o desenvolvimento teórico, cultural, científico e tecnológico no campo da Comunicação¹³⁹.

O COMPÓS conta com os seguintes GTs: Comunicação e Cibercultura; Comunicação e Cidadania; Comunicação e Cultura; Comunicação e Experiência Estética; Comunicação e Política; Comunicação e Sociabilidade; Consumos e Processos de Comunicação; Cultura das Mídias; Epistemologia da Comunicação; Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual; Estudos de Jornalismo; Estudos de Som e Música; Estudos de Televisão; Imagem e Imaginários Midiáticos; Memória nas Mídias; Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação; Recepção: Processos de Interpretação, Usos e Consumos Midiáticos.

¹³⁹ Disponível em: https://www.compos.org.br/a_compos.php. Acesso em: 17/12/2019, às 10h39.

Para levantamento bibliográfico condizente a temática buscada pela pesquisa de tese, o levantamento se concentrou nos seguintes GTs: **Comunicação e Cibercultura; Comunicação e Cidadania; Comunicação e Cultura; Comunicação e Sociabilidade; Consumos e Processos de Comunicação; Cultura das Mídias; Epistemologia da Comunicação; Estudos de Jornalismo; Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação; Recepção: Processos de Interpretação, Usos e Consumos Midiáticos.**

Após análise das publicações foram selecionados os seguintes trabalhos conforme tabela abaixo:

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA COMPÓS						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2016	XXV COMPÓS	https://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=MjU=	http://www.compos.org.br/biblioteca/comp%C3%B3s2016_3433.pdf	Problematizações para pensar as apropriações/produções digitais de jovens	Lívia Saggin Jiani Bonin	O texto tem como objetivo principal explorar perspectivas teóricas para entender aspectos relativos às apropriações/produções comunicativas das mídias digitais realizadas por sujeitos jovens. As problematizações empreendidas focalizam aspectos relativos ao processo de mediação e às reconfigurações que ganha com o advento da comunicação digital, particularmente pensadas em relação ao âmbito da chamada recepção; incluem concepções mais específicas para o entendimento dos sujeitos comunicantes e de suas apropriações/produções midiáticas e, também, elementos para pensar os vínculos entre essas apropriações/produções e a constituição das culturas e identidades juvenis no contexto contemporâneo.

2017	XXVI COMPOS	https://www.compos.org.br/anais_texto_por_gt.php?idEncontro=MjY=	http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_AMM7WQ3U0HA40SZNWRP0_26_5160_31_01_2017_09_02_35.pdf	JOVENS DO “BRASIL PROFUNDO”: explorações sobre usos tecnológicos e consumo midiático em Tavares (RS)	Nilda Jacks Mariângela M. Toaldo Fernanda Chocron Miranda Maria Clara Sidou Monteiro	Neste artigo são apresentados resultados parciais da primeira exploração etnográfica realizada no município de Tavares/ RS, em outubro de 2016. A intenção foi conhecer as práticas relativas ao consumo midiático e uso de plataformas digitais por jovens de 18 a 24 anos, moradores das zonas urbana, rural e litorânea do município. Como procedimentos metodológicos, valemo-nos de dados históricos, geográficos e socioeconômicos; observação e descrição dos ambientes de vivência dos jovens; entrevistas abertas com eles e com outros informantes. Entre as principais informações sobre as práticas juvenis, até o momento, verificamos o uso intensivo de tecnologias digitais que se configuram como elementos-chave no estabelecimento dos relacionamentos entre os jovens, no âmbito do lazer e do trabalho, em todos os cenários observados, configurando novos sentidos ao “ser jovem” no contemporâneo.
------	-------------	---	---	---	--	--

2018	XXVII COMPÓS	https://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=Mjc=	http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_Z5Y0PUC80AOYRVKD6CM6_27_6302_26_02_2018_14_47_23.pdf	A DINÂMICA TRANSMÍDIA DE FAKE NEWS: interações sociais em torno da concepção pragmática de verdade	Geane Carvalho Alzamora Luciana Andrade Gomes Bicalho	A circulação viral de notícias falsas é examinada conforme a lógica pragmática de Charles Sanders Peirce e sua concepção de verdade. Essa perspectiva toma a verdade como ideal normativo e enfatiza a crença como elemento propulsor do processo de significação da notícia. Considera-se que o engajamento social gerado pela disputa acerca do valor semiótico da verdade se materializa em interações que se processam transmidiaticamente em conexões de redes sociais online. Por meio de coleta manual e automática, observou-se interações registradas no Twitter, Facebook e Instagram em torno de notícias relacionadas ao julgamento, em segunda instância, do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Constatou-se que o engajamento social é impulsionado por componentes simbólicos, como uso de hashtags que remetem à polarização política. A expansão transmídia da teia textual analisada decorre predominantemente de interações em torno de crenças concorrentes submetidas ao escrutínio da dúvida.
------	--------------	---	---	--	---	---

2019	XXVIII COMPÓS	https://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=Mig=	http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_6QSEZ0LS D6DFKBL0LKLX_28_7805_22_02_2019_10_52_35.pdf	Recepção de fake news e fact-checking em contexto de polarização política	Thales Vilela Lelo	A conjuntura de polarização política no Brasil ligada a uma intensa circulação de fake news nas eleições presidenciais de 2018 motiva a realização deste estudo exploratório, enfocado em apreender a recepção do público a boatos e factcheckings tomando por referência o atentado contra o então candidato do PSL, Jair Bolsonaro, ocorrido em 6 de setembro em uma visita de campanha a Juiz de Fora (MG). A pesquisa envolveu a aplicação de um questionário online que recebeu 108 contribuições. Os dados coletados foram discriminados pela inclinação partidária dos participantes na última eleição e os resultados reforçam argumentos presentes em estudos precedentes de que: a) os cidadãos se informam sobre os acontecimentos também a partir de boatos; b) a credibilidade ou ceticismo diante de fake news são influenciadas por preferências políticas; c) a concordância em correções oferecidas por agências de fact-checking é também moderada pelo partidarismo dos receptores.
------	---------------	---	---	---	--------------------	--

8.3 LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS NA ANPED

A Associação Nacional de Pesquisa de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação foi fundada em 16 de março de 1978, na cidade do Rio de Janeiro. A entidade criou um espaço de debate de questões científicas na área da educação promovendo encontros entre pesquisadores. Entre os objetivos da ANPED estão: “fortalecer e promover o desenvolvimento do ensino de pós-graduação e da pesquisa em educação, procurando contribuir para a sua consolidação e aperfeiçoamento, além do estímulo a experiências novas na área; incentivar a pesquisa educacional e os temas a ela relacionados; promover a participação das comunidades acadêmicas e científica na formulação e desenvolvimento da política educacional do País, especialmente no tocante à pós-graduação”.¹⁴⁰

A partir do ano de 2013 os encontros científicos nacionais da ANPED passaram a ser bianuais, sendo que o último registrado no site da entidade aconteceu em 2017. Como a análise dos trabalhos para esta tese se inicia em 2016, o ano de 2017 será o único avaliado. Neste ano o evento, realizado na Universidade Federal do Maranhão, contou com os seguintes GTs: Igualdade e Diferença - uma discussão conceitual ao contraponto das desigualdades; A Didática no âmbito dos programas de PG em Educação no país; Contradições e limites da democracia no Brasil; Balanço analítico da Educação Infantil: questões curriculares e direitos em risco; Produção do GT nos últimos 10 anos; Currículo e docência: tentativas de regulação e processos de escape; Indicadores contextuais para caracterização das desigualdades escolares; A condição pós-humana na era das tecnologias digitais; Crise da representação e a tarefa do pensamento: entre as teorias do reconhecimento e os circuitos dos afetos; A ideologia de gênero e seus desdobramentos na educação brasileira; Didática, docência e criação.

¹⁴⁰ Disponível em: <http://www.anped.org.br/sobre-anped>. Acesso em: 17/12/2019, às 19h03.

Foram realizados ainda os seguintes GTs: A produção do GT nos últimos 8 anos: aspectos teóricos e metodológicos; Pesquisas sobre Inserção Profissional; Da educação utilitária fordista à da multifuncionalidade liofilizada; Teoria e Ação nas pesquisas em Educação Ambiental: partilhando suspeitas epistemológicas; Os novos reformadores: do discurso da equidade à prática da segregação; Os 50 anos do livro Educação como Prática da Liberdade. Questão problematizadora: o que é educação como prática da liberdade hoje?; O sofrimento psíquico do professor em um contexto de mercantilização da educação; Políticas de EJA implementadas nos últimos 20 anos e uma leitura no campo das políticas do novo cenário; Abordagens teóricas e metodológicas na Educação Matemática: aproximações e distanciamentos; O bem viver da educação: o que dizem indígenas, negros e ciganos Gersem José dos Santos Luciano (Gersem Baniwa) – UFAM; Gênero, patriarcado, trabalho e classe; 20 anos de publicação do livro Pedagogia Profana com Jorge Larrosa; Pesquisas sobre políticas de formação inicial e continuada de professores da Educação Básica.

Para a realização do levantamento bibliográfico a pesquisadora concentrou-se no seguintes GT: A condição pós-humana na era das tecnologias digitais. O trabalho foi encomendado para o evento. Segue a descrição do material.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA COMPÓS						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2017	ANPE D 2017	http://38reuniao.anped.org.br/?ga=2.88313368.200022888.1576606108	http://38reuniao.anped.org.br/noticia/podcast-com-paula-sibilia-uff-sobre-o-trabalho-	A condição pós-humana na era das tecnologias digitais	Paula Sibia (UFF)	Podcast com a Pesquisadora Maria Paula Sibia (UFF), sobre o Trabalho Encomendado "A condição pós-humana na era das tecnologias digitais" apresentado nesta segunda-feira, 03 de outubro, no GT16 - Educação e Comunicação.

8.4 LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS NO EDUCERE

O Educere nasceu no ano de 2000 após a realização de uma semana acadêmica do curso de Pedagogia da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC/PR), com sede em Curitiba. A partir de 2001 um grupo de professores de graduação e pós-graduação assumiram a realização do congresso. De caráter nacional o Educere, a partir de 2013, passou a ser realizado de forma bianual. Neste sentido, conforme recorte proposto pela tese de doutorado, serão avaliados pela pesquisadora trabalhos publicados nos eventos realizados em 2017 e 2019.

O evento de 2017 e 2019*¹⁴¹ contaram com os seguintes eixos temáticos: alfabetização, leitura e escrita; avaliação da educação; cultura, currículo e saberes; didática; educação ambiental; educação, complexidade e transdisciplinaridade; educação, arte e movimento; educação na infância; educação de jovens e adultos profissionalizantes; educação e direitos humanos; educação e saúde; educação indígena, quilombola e do campo; educação, tecnologia e comunicação; ensino e prática nas licenciaturas; filosofia e educação; formação de professores; história da educação; música e educação; políticas pública e gestão da educação; psicologia da educação; psicopedagogia, educação especial e inclusão; representantes sociais e educação; e sociologia da educação. Em ambos os eventos a pesquisadora optou pela análise do eixo: **educação, tecnologia e comunicação.**

¹⁴¹ O banco de dados (anais) referentes ao evento realizado em 2019 ainda não se encontra no site.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA EDUCERE						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2017	EDUCERE 2017	https://educere.pucpr.br/p1/anais.html?tipo=&titulo=&edicao=6&autor=&area=83	https://educere.pucpr.br/p1/anais.html?tipo=&titulo=&edicao=6&autor=&area=83	A internet e o adolescente no contexto escolar	Adauto Luiz Carrino	Diversos estudos sobre a inclusão midiática no enredo escolar vêm gerando novas ações pedagógicas que correspondem aos contextos da mídia-educação. Com este olhar, o questionamento principal deste trabalho instiga o encontro de informações e conhecimentos, explanando algumas definições de como a mídia internet, junto às tecnológicas digitais, interagem e participam da vida escolar do adolescente no movimento de ensinar e aprender, assim como, o sujeito adolescente enxerga e utiliza suas funções. Destarte, concebemos neste artigo o objetivo de proporcionar alguns entendimentos sobre o sujeito adolescente e sua compreensão/utilização da mídia internet (tecnologias digitais, redes sociais, sites) em seu enredo escolar, verificando a relação que esta mídia exerce sobre seu processo de ensino-aprendizagem e suas possíveis influências na essência escolar dos sujeitos pesquisados. Desse modo, os procedimentos metodológicos utilizados do respectivo trabalho dispõem da pesquisa exploratória, conduzindo um questionário com questões semiestruturadas nas escolas selecionadas, como instrumento de coleta de dados a fim de visualizar a relação da internet e sua utilização no processo de formação escolar do sujeito adolescente. Desta forma, este estudo nos concedeu um conhecimento junto a valores da internet e tecnologia, diante dos pensamentos teóricos que nos serviram como alicerce, assim como dos sujeitos questionados, podendo contribuir para que o campus escolar disponha de uma atenção que possa ajudar o sujeito adolescente a assimilar, perceber, compreender, incluir e separar os teores que a internet, redes sociais e tecnologias, transmitem para ele, por meio de sua percepção, identificação e subjetividade. Portanto, com as magnitudes que a internet e tecnologias estão apresentando, torna-se efetiva, coerente e essencial à participação do universo escolar neste contexto midiático, podendo usufruir de recursos, soluções e colaborações em seu currículo educacional

8.5 REVISTA COMUNICAR

Fundada em 1988, a Revista Científica de Comunicação e Educação (COMUNICAR) está sendo editada ininterruptamente desde 1993. São publicados periódicos trimestrais, sendo quatro números e quarenta manuscritos por ano. A revista é indexada no *Social Sciences Citation Index* (SSCI), no *Journal Citation Reports* (JCR), *Scisearch*, *Scopus* e em mais de 727 bases de dados internacionais, catálogos e repositórios do mundo inteiro.

Portanto a Revista Comunicar, segundo sua linha editorial:

(...) é uma revista científica de âmbito internacional que visa o progresso da ciência social, fomentando a investigação, a reflexão crítica e a transferência social entre dois campos considerados hoje prioritários para o desenvolvimento da sociedade: a educação e a comunicação. São publicados artigos inéditos, escritos em espanhol ou inglês, que registrem avanços na ciência e contribuam com novas áreas do conhecimento. Devem ser basicamente investigações, ainda que são aceitos também estudos ou revisões de literatura em comunicação e educação, e na utilização plural e inovadora dos meios de comunicação na sociedade.¹⁴²

Foram analisadas todas as edições da revista a partir de janeiro de 2016 a outubro de 2019. Os artigos pesquisados e que têm relação com a temática da pesquisa estão descritos abaixo:

¹⁴² Disponível em: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=tematica>. Acesso em: 127/09/2019, às 17h42.

A edição de 1º de outubro de 2016 da Revista Comunicar (Vol. XXIV, nº 49, Quarto Trimestre) teve como temática: Educação em comunicação no mundo: Currículo e cidadania.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA REVISTA COMUNICAR						
NO	VENTO	INK	ART IGO ENCONTRA DO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2016	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?contentido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C49-2016-01	A educação midiática como estratégia de participação cidadã online nas escolas portuguesas	Tânia Dias-Fonseca, Azores (Portugal) John Potter, Londres (Grã-Bretanha)	Enquanto vários estudos analisam a participação da internet como elemento-chave de um novo envolvimento político emergente, informal ou formal, por meio de medidas governamentais online, locais ou nacionais, o esforço tem sido menor para medir ou sugerir formas de superar as restrições sociais e tecnológicas da participação cidadã online. Poucos estudos centram-se na relação entre a implementação de iniciativas nas salas de aula com as mensagens expressas indiretamente, como resultado das concepções pessoais dos docentes nas estratégias didáticas adotadas, que provavelmente podem ser descritas como "currículo oculto". Este artigo baseia-se em uma análise quantitativa e qualitativa de um conjunto de estudos de caso sobre a implementação do compromisso cidadão através de atividades online em várias regiões de Portugal. Os dados obtidos através de questionários foram utilizados para a criação de um sistema de pontuação capaz de demonstrar as estratégias escolares adotadas sobre a participação e a alfabetização midiáticas, bem como a ação cidadã online de docentes e alunos. Os resultados empíricos apresentados compreendem 12 diretores de escolas públicas de ensino médio, 131 docentes e 1.392 alunos dos graus 11º e 12º. Os resultados sugerem que os níveis midiáticos dos estudantes e seus níveis de compromisso cidadão online são influenciados pelas atividades dos professores, sua formação e pela implantação de projetos de alfabetização midiática.

2016	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/indicex.php?contenido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C49-2016-04	Alfabetização o midiática no Brasil: experiências e modelos em educação não-formal	Mônica Pegurer-Caprino, São Paulo (Brasil) Juan-Francisco Martínez-Cerdá, Barcelona (Espanha)	Este artigo analisa o estado atual da alfabetização midiática existente no Brasil, sob a perspectiva da educação não-formal. Quantifica a situação mediante amostras de projetos (N=240) e de organizações (N=107) que desenvolvem atividades conforme as três principais dimensões da educação midiática reconhecidas internacionalmente (acesso/uso, compreensão crítica e produção de conteúdos midiáticos), voltadas a diferentes comunidades de cidadãos de acordo com diversos níveis de segmentação (idade, lugar, situação social, grupos sociais, e campos sociais de aplicação). A análise realizada mostra a preponderância de atividades de produção de conteúdos audiovisuais (65,4%) e de ampliação de direitos e capacidades comunicativas de certas comunidades de pessoas geralmente excluídas dos meios de comunicação tradicionais (45,8%). Além disso, a maioria das organizações trabalha com propostas com potencial médio e alto de empoderamento (77,6%). Com base na literatura e no diagnóstico realizado, propõe-se um modelo para estudar os projetos de educação midiática desenvolvidos no âmbito da educação não-formal. Deste modo, a pesquisa apresenta uma primeira imagem da alfabetização midiática de caráter não formal existente em um país que, por suas dimensões e diferenças sociais, tem que saber aproveitar as complementariedades que a educação não-formal oferece à educação formal e ao currículo educativo, com respeito a desenvolver este tipo de ensino e empoderar a cidadania.
2016	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/indicex.php?contenido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C49-2016-05	Competência midiática de professores e alunos da educação obrigatória na Espanha	Antonia Ramírez García, Córdoba (Espanha) Natalia González Fernández, Santander (Espanha)	Frente a uma sociedade que usa os meios de comunicação do amanhecer ao anoitecer, é preciso identificar as relações que são estabelecidas entre os usuários e a mídia. Esta pesquisa, de natureza quantitativa, pretende determinar os níveis de competência midiática do professorado e alunado da educação obrigatória nas seis dimensões que a integram. Estes níveis oferecem um diagnóstico sobre as possíveis carências e necessidades de intervenção educativa. Os alunos da Educação Primária demonstraram obter níveis de competência médios. Os da Educação Secundária estão em um nível básico de competência em todas as áreas, exceto nas dimensões tecnologia e estética. A maioria dos docentes situa-se em um nível básico em todas as dimensões da competência midiática. Apesar de contar com um currículo escolar que atende às necessidades de alfabetização midiática no ensino obrigatório, e da proliferação de políticas de apoio à tecnologia, na prática, o ponto fraco dos participantes, sobretudo dos professores, concentra-se no aspecto tecnológico. A revisão crítica dos currículos escolares e um consenso sobre sua concepção e desenvolvimentos facilitariam uma formação comum do alunado e afastaria o fantasma de uma possível exclusão midiática, enquanto um currículo próprio e uma formação mediante redes relacionais de professores é o caminho para alcançar maiores níveis de competência entre ambos os grupos.

A edição de 1º de janeiro de 2017 da Revista Comunicar (Vol. XXV, nº 50, Primeiro Trimestre) teve como temática: Tecnologias e segundas línguas.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA COMUNICAR						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2017	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?content=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C50-2017-07	De prossumidor a produtor de conteúdo: o consumo participativo de notícias	María-José Hernández-Serrano, Salamanca (Espanha) Paula Renés-Arellano, Santander (Espanha) Gary Graham, Leeds (Grã-Bretanha) Anita Greenhill, Manchester (Grã-Bretanha)	Novas formas de participação democrática e produções colaborativas de audiências diversas surgiram como resultado das inovações digitais no acesso e consumo de notícias. O objetivo deste estudo é propor um quadro conceitual baseado nas possibilidades da Web 2.0. Descreve a construção de uma «lógica social» que combina as lógicas comunicativa e computacional e constrói um quadro teórico para explorar a evolução do consumo de notícias, desde a mera circulação de produtos projetados, até uma conversação global de produtores proativos de notícias. Este quadro teórico foi testado através de uma base de dados empírica do Instituto de Pesquisa PEW que, por meio de um questionário com adultos em grande escala, permite analisar o futuro da indústria de notícias. Os resultados mostram diferenças significativas (por idade, sexo e nível educativo) nas formas de participação, acesso e consumo de notícias. Embora exista uma cultura Web 2.0, há um baixo nível de participação de usuários na produção de notícias; longe de ser produtores proativos de notícias, os achados sugerem que a maioria dos cidadãos se situa nos níveis de participação mais baixos do quadro conceitual proposto. Conclui-se sugerindo a necessidade de que os responsáveis pela educação em mídia desenvolvam iniciativas formativas afinadas com as possibilidades da lógica social, através da proposta de pautas.

A edição de outubro de 2017 da Revista Comunicar (Vol. XXV, nº 53, Quarto Trimestre) teve como temática: Cidadania crítica e empoderamento social na sociedade cibernética emergente.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA COMUNICAR						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2017	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C53-2017-02	Adolescentes conectados: a medição do impacto do celular sobre as relações sociais através do capital social	María-José Vidales-Bolaños, Pamplona (Espanha) Charo Sádaba-Chalezquer, Pamplona (Espanha)	Nos últimos vinte anos, a alta penetração do telefone celular entre os adolescentes, e seu uso como meio de comunicação interpessoal, facilitou o acesso desse grupo a outros ambientes, além do familiar. Através da extensão de seu âmbito social, eles são capazes de estabelecer novos vínculos e relações mais amplas, ao mesmo tempo em que enfrentam riscos que afetam de forma negativa o seu processo de socialização. O objetivo deste trabalho foi conhecer de que modo a comunicação mediada pela tecnologia favorece ou não a criação de capital social entre as comunidades de adolescentes, e quais são as consequências de seu uso nessa faixa etária. Para isso, foi proposto um índice de capital social que permitisse conhecer o impacto positivo ou negativo de determinados componentes da comunicação mediada pelo celular na criação desse recurso. Foram distribuídos questionários entre jovens espanhóis de ESO (Ensino Secundário Obrigatório) e Ensino Médio, em colégios públicos e privados da Comunidade de Navarra. Além disso, levou-se em conta a própria percepção dos adolescentes sobre a incidência do uso desse dispositivo em suas relações sociais. Conforme refletem os resultados, somente a medição objetiva do capital social possibilita identificar os componentes da comunicação mediada que afetam esse conjunto de recursos de forma significativa.

A edição de janeiro de 2018 da Revista Comunicar (Vol. XXVII, nº 54, Primeiro Trimestre) teve como temática: Ciência e conhecimento compartilhados. Acesso aberto, tecnologias e educação.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA REVISTA COMUNICAR						
NO	VENTO	INK	RTIGO ENCONTRADO	ÍTULO	AUTOR	RESUMO
2018	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C54-2018-10	Pe nsamento crítico dos jovens cidadãos diante das notícias no Chile	Matthieu Vernier, Valdivia (Chile) Luis Cárcamo, Valdivia (Chile) Eliana Scheihing, Valdivia (Chile)	Fortalecer o pensamento crítico dos cidadãos diante das notícias da internet representa um desafio educativo fundamental. Os jovens cidadãos parecem ser vulneráveis diante do conteúdo de baixa qualidade ou orientações ideológicas pouco explícitas. No campo da ciência de dados, foram desenvolvidas técnicas informáticas e estatísticas para coletar e caracterizar a imprensa digital em tempo real, automaticamente. No entanto, existem poucas pesquisas interdisciplinares para projetar plataformas de exploração de dados a serviço de um processo educativo de cidadania crítica. O presente artigo busca examinar essa oportunidade mediante um estudo de caso no Chile que analisa a capacidade crítica de estudantes em relação às notícias de um tema social relevante: a mobilização social «No+AFP». A partir de quatro tarefas online –realizadas por 75 estudantes do ensino médio, 55 estudantes universitários e 25 especialistas em comunicação– investigamos em que medida os jovens são capazes de classificar manchetes de jornais e orientações ideológicas de meios de comunicação. Por outro lado, analisamos a influência da marca da mídia e da subjetividade que, diante do movimento social «No+AFP», cada participante imprime ao pensamento crítico. Os resultados obtidos destacam a relevância do trabalho em grupo, a influência da marca do meio de comunicação e a correlação entre possuir opinião definida e a capacidade crítica.

A edição de janeiro de 2019 da Revista Comunicar (Vol. XXVII, nº 58, Primeiro Trimestre) teve como temática: Aprendizagem e mídia digital: formas emergentes de participação e transformação social.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA REVISTA COMUNICAR						
NO	VENTO	INK	RTIGO ENCONTRADO	ÍTULO	AUTOR	RESUMO

2019	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C58-2019-01	O projeto para a aprendizagem em profunda nos meios de comunicação sociais e digitais	James-Paul Gee, Tempe (Estados Unidos) Moisés Esteban-Guitart, Girona (Espanha)	Atualmente, há muita controvérsia em relação às mídias sociais e digitais, o que levou, inclusive, à censura da utilização das redes sociais e telefones celulares por líderes na indústria de tecnologia. Nesse sentido, a Organização Mundial da Saúde propôs acrescentar o «distúrbio de games» (gaming disorder, em inglês) à sua lista de doenças, o que se justifica por ser um modelo de comportamento de jogo tão severo que se impõe como «preferência sobre outros interesses». Ao mesmo tempo, diferentes acadêmicos enfatizam os aspectos positivos derivados das redes sociais e dos videogames. Neste artigo, argumenta-se que é necessária uma melhor compreensão do ser humano para implementar o que aqui se define como projeto para a aprendizagem profunda. O «projeto para a aprendizagem profunda» é voltado ao reconhecimento das pessoas e ao desenvolvimento de sentidos saudáveis, individual e coletivamente, assim como a melhoria, em geral, do estado do mundo para todos os seres vivos, segundo princípios de verdade, felicidade, imaginação, individualidade, diversidade e futuro. Em particular, sugerem-se quinze características baseadas em pesquisas científicas que respondem à pergunta: o que é um ser humano? Consequentemente, propostas vinculadas à aprendizagem e à transformação e melhoria social devem ser coerentes com tais características que permitem definir como as pessoas, enquanto organismos biológicos e sociais, aprendem ou podem aprender de modo otimizado, assim como mudar para melhor.
------	-------------------	---	---	---	--	--

A edição de 1º abril de 2019 da Revista Comunicar (Vol. XXVII, nº 59, Segundo Trimestre) teve como temática:

Mídia móvel emergente. Convergência comunicativa no cenário dos novos meios de comunicação social.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA REVISTA COMUNICAR						
NO	VENTO	INK	RTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO

2019	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/indicador.php?contenido=revista&numero=actual	https://doi.org/10.3916/C59-2019-02	A interação de jovens adultos com as notícias e a publicidade online	María-del-Pilar Martínez-Costa, Pamplona (Espanha) Javier Serrano-Puche, Pamplona (Espanha) Idoia Portilla, Pamplona (Espanha) Cristina Sánchez-Blanco, Pamplona (Espanha)	Esta pesquisa tem como objetivo retratar como os jovens adultos interagem com as notícias, em que proporção seu consumo é afetado pela publicidade e qual a preocupação com o compartilhamento de dados pessoais. Para isso, teve-se como ponto de partida, o «Digital News Report Spain 2018», um relatório elaborado a partir de um questionário sobre o consumo de mídia digital para um quadro nacional de 2.023 internautas. Destes, 293 jovens, entre 25-34 anos, pertencem à geração «millennials». Esses dados foram complementados com um estudo qualitativo, utilizando-se dois grupos de discussão com pessoas dessa faixa etária, residentes na Comunidade de Navarra. Uma das conclusões da pesquisa apontou que esses jovens por notícias que acessam, prioritariamente, por meio de dispositivos móveis. Este interesse aumenta quando o conteúdo os afeta diretamente ou têm empatia pelo tema da notícia. Por outro lado, o ambiente familiar e as rotinas sociais condicionam sua maneira de obter informações. Continuam acessando as mídias tradicionais, apesar de considerá-las ideologicamente tendenciosa. A publicidade é vista como algo incômodo, embora não haja conhecimento nem uso generalizado de bloqueadores. Por fim, avaliam negativamente os serviços de personalização atuais, embora forneçam alguns dados pessoais às mídias, caso isso facilite o acesso à informação.
------	-------------------	---	---	--	---	---

A edição de 1º julho de 2019 da Revista Comunicar (Vol. XXVII, nº 60, terceiro trimestre) teve como temática: Como tornar-se um gênio. Aprendizagem personalizada e alta capacidade na sociedade conectada.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA REVISTA COMUNICAR						
NO	VENTO	E IN	A RTIGO ENCON TRADO	T ÍTULO	AUTOR	RESUMO

2019	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?content=10.391/6C60-2019-07	A credibilidade das notícias online: o vínculo é mais poderoso que a fonte.	Tal Samuel-Azran, Herzliya (Israel) Tsahi Hayat, Herzliya (Israel)	Neste trabalho, examina-se a credibilidade percebida nas notícias compartilhadas em sites de redes sociais (SRS), especificamente, em função da força do vínculo e da credibilidade da fonte da notícia o qual o conteúdo se originou. A pesquisa utilizou um plano entre-sujeitos (between subjects design). Desta forma, foi analisado a conta do Facebook de cada participante (N=217) e, a partir dessa análise, os participantes receberam um post fictício, que supostamente foi compartilhado por um de seus amigos do Facebook com quem tinham um forte vínculo social (grupo experimental) ou um vínculo social fraco (grupo de controle). Em seguida, todos os destinatários foram questionados acerca de suas percepções em relação à fonte da notícia (da qual supostamente se originou o post), e de sua percepção quanto à credibilidade do post apresentado. Os resultados indicam que a força do vínculo social entre a pessoa que compartilhou o post e seu destinatário interferem no efeito da credibilidade percebida em relação à fonte da notícia e à credibilidade percebida no post, bem como a probabilidade de buscar informação adicional sobre o tema apresentado no post compartilhado.
------	----------------------	---	---	---	--

A edição de 1º outubro de 2019 da Revista Comunicar (Vol. XXVII, nº 61, Quarto trimestre) teve como temática: Competência Digital para Professores. Perspectivas e previsões para uma nova escola

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA REVISTA COMUNICAR						
NO	VENTO ^E	IN ^K	RTIGO ^A ENCON TRADO	ÍTULO ^T	AUTOR	RESUMO
2019	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?content=10.391/6C61-2019-01	https://doi.org/10.391/6C61-2019-01	C ompreende ndo os aspectos culturais e sociais das competênc ias digitais docentes	Bård Ketil Engen, Oslo (Noruega)	Muitos governos europeus, incluído o da Noruega, têm políticas educativas ambiciosas em matéria de digitalização. Muitas empresas e decisores políticos prestam muita atenção ao uso das tecnologias digitais na educação para atender à demanda futura de mão de obra competente e qualificada. Entre os pesquisadores e os legisladores, há um consenso geral em considerar os docentes profissionais como uma figura chave para a aplicação com êxito das TICs na escola, em termos de sua implementação e uso, e muitas expectativas foram colocadas sobre eles. Supõe-se que o docente profissional deve, até certo ponto, decidir de forma autônoma como usar essas tecnologias digitais em sala de aula. Este artigo analisa o que o conceito de “docente profissional digitalmente competente” pode significar no contexto da escola. Argumenta ainda sobre a necessidade de uma melhor interpretação da competência digital profissional, que leve em conta diversos aspectos sociais e culturais em relação à tecnologia, às escolas e à profissão de docente. Ao analisar as condições sociais e culturais para implementar a tecnologia em um contexto de ensino profissional, basear-nos-emos em um enfoque construtivista da tecnologia, em particular, a domesticação da tecnologia.

2019	REVISTA COMUNICAR	https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista https://doi.org/10.3916/C61-2019-02	O desenvolvimento da competência digital docente a partir de uma abordagem sociocultural	Pilar Colás-Bravo, Sevilla (Espanha) Jesús Conde-Jiménez, Sevilla (Espanha) Salvador Reyes-de-Cózar, Madrid (Espanha)	O momento atual, a competência digital transcende a formação individual de educadores relativa às TICs. O Quadro Europeu de Competência Digital para Educadores (DigCompEdu, no acrônimo em inglês) estabelece que professores devem capacitar seus alunos com a aplicação das tecnologias digitais de forma crítica e responsável no que se refere à informação, à comunicação, à produção de conteúdo, ao bem-estar e à resolução de problemas. Embora haja boas intenções de sistematizar um modelo comum de desenvolvimento da competência digital, nota-se que as propostas carecem de uma abordagem pedagógica que lhes sirva de base teórica. Este trabalho apresenta um modelo de desenvolvimento dessa competência fundamentado na abordagem sociocultural que leva em conta quatro constructos: Domínio, Preferência, Reintegração e Apropriação. Para tanto, elaborou-se uma escala ad hoc para registrar a competência digital docente por meio de seu desenvolvimento em estudantes, levantando evidências empíricas. Elaborou-se um questionário para coletar dados. A amostra é composta por 1.881 estudantes matriculados no ensino obrigatório de Andaluzia. Para realizar a análise de dados, utilizou-se a plataforma SPSS. As médias gerais de cada uma das dimensões verificadas revelam um nível médio de desenvolvimento da competência digital. Conclui-se que ainda há muito a ser feito em termos de formação de educadores em TICs, sendo necessário proporcionar estratégias para o desenvolvimento do seu uso em seus estudantes.
------	-------------------	--	--	---	--

8.6 LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS NA REVISTA COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO

A Revista Comunicação & Educação tem duas edições anuais. O objetivo é o “desenvolvimento de um conhecimento crítico, capaz de evidenciar que: os meios de comunicação estão presentes no cotidiano das pessoas e nelas introjetados, de tal modo que, onde houver seres humanos, os meios estarão presentes. (...) A publicação é destinada a pesquisadores e professores (de todos os níveis de ensino); Educadores (Diretores de instituições públicas e particulares de ensino, Responsáveis por Departamentos em Secretarias de Educação; Profissionais de Comunicação (Produtores de TV e Rádio educativos, Editores, etc.); Estudantes de pedagogia e de comunicação, Especialistas, Graduandos e Pós-graduandos, gestores que atuem na inter-relação da comunicação e da educação”¹⁴³.

Das edições a partir de 2016, a pesquisadora encontrou apenas uma que tinha artigos relacionados a tese em questão. A edição de 6 de julho de 2018 da Revista Comunicação & Educação (v. 23 n. 1) teve como temática: Democracia fake, jornalismo e Educomunicação. Na edição foram encontrados os seguintes artigos:

¹⁴³ Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/about>. Acesso em; 17/12/2019, às 21h22.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTERCOM						
ANO	EVENTO	LINK	ARTIGO ENCONTRADO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2018	Revista Comunicação & Educação	https://www.revistas.usp.br/comeduc/article/view/140716	https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v23i1p39-52	Hábitos midiáticos e ressignificações de estudantes da rede pública	• Maria Aparecida Baccega • Camilla Rodrigues Netto da Costa Rocha	Neste artigo temos por objetivo investigar o lugar do campo da comunicação/educação na conformação da realidade social buscando compreender, por um lado, o espaço ocupado pelos meios de comunicação no cotidiano dos estudantes e, por outro, as ressignificações desses estudantes frente à temática da família homoafetiva, pautada pela telenovela. Para tanto, adotamos como itinerário metodológico a abordagem quantitativa para investigar os hábitos midiáticos dos estudantes de duas escolas públicas do Ensino Médio e, posteriormente, a abordagem qualitativa, buscando entender, por meio da análise de discurso de linha francesa (ADF), seus usos e apropriações quanto à telenovela.
2018	Revista Comunicação & Educação	https://www.revistas.usp.br/comeduc/article/view/143281	https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v23i1p107-126	Democracia fake, más notícias	• Natalie FentonGoldsmiths, Universidade de Londres • Des FreedmanGoldsmiths, Universidade de Londres	A mídia e a democracia, assim como Cagney e Lacey ou Starsky e Hutch, são inseparáveis. Não se pode ter um sem ter o outro. A livre troca de ideias, informações e símbolos que alimentam os cidadãos e reconstitui o sistema como um todo tem sido há muito vista como uma das bases de sociedades democráticas. De fato, uma parafernália normativa complexa emergiu para descrever as principais responsabilidades dadas à mídia no surgimento e manutenção da democracia: como um vigilante de poderes desconhecidos, uma tribuna para a população, um defensor das minorias, um quarto poder e uma esfera pública. Diz-se que a mídia livre fornece o oxigênio, a lubrificação ou, mesmo, que é os tendões de uma democracia funcional e robusta.

2018	Revista Comunicação & Educação	https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/145711	https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v23i1p127-139	A classe: vivendo e aprendendo na era digital	Sonia LivingstoneLondon School of Economics and Political Science (LSE)	Este artigo procura entender como, em uma sociedade fortemente mediatizada, se tece um “fio digital” através da vida pessoal, social e de aprendizagem de jovens. Para tanto, foi realizada uma etnografia com alunos de 13 a 14 anos de idade, durante um ano. Foram reveladas as formas interligadas de mídia digital da qual os jovens se apropriam para encontrar espaços de autonomia e ação pessoal, enquanto seus pais e professores tentam implantar a mídia digital de maneira normativa, moldando as realizações atuais e as perspectivas futuras dos jovens. Isso se dá pela sutil promulgação de conexões e desconexões, muitas vezes motivadoras ou problemáticas, sustentadas dentro e entre o lar e a escola. O resultado é que a mídia digital – embora não necessariamente determinante à vida dos jovens – tornou-se uma importante fonte de ansiedade e luta entre as gerações.
------	--------------------------------	---	---	---	--	--

8.7 TESES E DISSERTAÇÕES

Para análise de teses e dissertações optou-se pela busca no banco de dados disponibilizado pela biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). A instituição fornece dados da Plataforma Sucupira.

Foram selecionadas publicações entre os anos de 2016 e 2019 defendidas em diversas universidades espalhadas pelo país. As palavras utilizadas para pesquisa foram: *fake news and educação*; *fake news and comunicação*; *fake news and competência midiática*; *fake news and escola*; *informação and competência midiática*; *juventude and comunicação*; *juventude and fake news*.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA INTERCOM						
ANO	INSTITUIÇÃO	LINK	TIPO DE PRODUÇÃO	TÍTULO	AUTOR	RESUMO
2018	CENTRO UNIVERSITÁRIO DAS FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7574946	DISSERTAÇÃO	Fake News e liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade da informação	ANDRE FAUSTINO	O presente trabalho tratará da ligação da liberdade de expressão como influenciadora de uma cultura de distorção da realidade por meio das fake news dentro das redes sociais e a relação com o abuso de direito, sendo necessária a tutela do Estado para evitar a ocorrência de distorções ou ofensa a direitos alheios no exercício dessas manifestações. Inicialmente serão abordadas questões ligadas à internet e a pós-modernidade relacionadas com a própria configuração da internet e de seus tipos de provedores, o marco civil da internet e o decálogo da internet, bem como as relações humanas se ocorrem dentro das redes sociais, explicadas sob a ótica da vinculação dos particulares aos direitos fundamentais. Em seguida será abordada a questão da liberdade de expressão nas redes sociais como um direito fundamental insculpido na Constituição Federal e considerado fundamento do uso da internet no Brasil, possuindo destaque quando inserido nas relações humanas que ocorrem dentro das redes sociais devido as suas características. Por fim será discutido sobre o conceito das fake news e a relação delas com o conceito de pós-verdade no mundo atual, tendo relação direta com a possibilidade do anonimato dentro das redes sociais, dessa forma facilitando a proliferação de desinformação por meio do abuso do direito fundamental da liberdade de expressão dentro das aplicações de internet.

2019	PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7773972	DISSERTAÇÃO	NOTÍCIA FALSA, IMPACTO REAL: um estudo sobre reações da imprensa à circulação de fake news na web	LIDIA MARIA DE LIMA E SILVA	A popularização do acesso à informação com a chegada da web implicou em transformações significativas nos modos de transmissão e circulação da mensagem, agregando novos canais e atribuindo novas funções aos interlocutores que fazem parte deste processo. A partir desta nova configuração, alguns receptores se sentem também aptos a produzir conteúdos – de qualidade ou não. Conforme afirmam Christofoletti e Laux (2008), a tendência é que a blogosfera — em que os usuários estão aptos para contribuir na produção de conteúdos — e o jornalismo profissional estejam cada vez mais entrelaçados. Com a credibilidade do jornalismo profissional colocada em xeque devido a coberturas tendenciosas, informações ocultadas ou emitidas de forma deturpada, a participação dos interlocutores no processo de produção e circulação da informação ganha força; o que amplia o volume de informações às quais o receptor/interlocutor tem acesso e, por outro lado, abre mais espaço também para a elaboração e compartilhamento de notícias falsas. Com o boom das fake news e a queda do índice de confiança da população em relação aos media, a imprensa passa a priorizar um outro serviço voltado para a população: a checagem de fatos – ou <i>fact-checking</i>. A partir da pesquisa exploratória realizada neste trabalho, que se encarregou de analisar o conteúdo e comparar as checagens realizadas por páginas de <i>factchecking</i> – Fato ou Fake, do G1 e UOL Confere, do portal UOL – no período das eleições presidenciais brasileiras de 2018, foi possível identificar que, além de funcionar como uma espécie de resposta social e serviço para a sociedade, o <i>fact-checking</i> é também uma ferramenta para buscar reaver a credibilidade perdida pela imprensa.
------	--	---	-------------	---	-----------------------------	---

2017	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA	https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5499312	TESE	Juventude e mídia: as mediações família e escola na relação do jovem com o consumo de notícias	GLAISE BOHRER PALMA	Esta tese tem como objetivo geral analisar o papel das mediações da família e da escola no consumo de notícias pelos jovens estudantes de ensino médio de escolas públicas e privadas de Santa Maria. Como objetivos específicos buscamos: realizar um levantamento estatístico acerca do consumo de notícias dos jovens nos meios de comunicação, considerando televisão, rádio, jornal, revista, internet e livro; compreender o interesse do jovem pela notícia televisiva como fonte de informação; examinar os modos de busca de notícia na internet, considerando que pode ser por meio de sites informativos, redes sociais, páginas dos telejornais, etc.; investigar as razões que levam os jovens a acessar a internet; avaliar a relação dos jovens com o consumo de mídia hegemônica e contra-hegemônica; correlacionar a classe social e o modo como ocorre o consumo midiático. Para tanto consideramos a visão de consumo como fenômeno cultural e da juventude como categoria socialmente construída, propondo a reflexão acerca da lógica do consumo midiático a partir de uma perspectiva atenta à multiplicidade das práticas individuais, compreendendo as relações sociais implicadas no consumo de bens simbólicos. A formulação teórica desta investigação é baseada na perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero e do consumo midiático de Nestor García Canclini, utilizando o conceito de classe social de Bourdieu como categoria empírica. Adotamos as abordagens quantitativa e qualitativa da pesquisa, integrando os resultados por meio de um cruzamento. Inicialmente utilizamos a técnica da amostra não probabilística, aplicando um questionário em 394 estudantes de ensino médio de escolas federais, estaduais e particulares de Santa Maria. Em um segundo momento foi realizada observação nas escolas privadas e estaduais como exercício exploratório e de aproximação com as práticas juvenis. Finalizando nosso percurso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com doze jovens estudantes secundaristas, seis que frequentam a escola pública e seis que frequentam a escola privada. Os resultados apontam para um consumo de notícias fragmentado
------	-------------------------------------	---	------	--	---------------------	---

						por meio das redes sociais, especialmente o Facebook, e a assistência televisiva. O consumo midiático se dá, inicialmente, com vistas ao entretenimento e comunicação, seja por meio da assistência de séries e filmes pelo serviço Netflix ou acesso à internet, com preponderância da rede social Facebook. A prática de assistir telejornais é demarcada pela ritualidade familiar de consumo em conjunto. Há uma clara relação entre desempenho escolar e consumo de notícias, destacando também que jovens pertencentes a classes sociais mais altas demonstram maior interesse em manterem-se informados. As mediações família e escola têm um papel fundamental nas práticas midiáticas dos jovens investigados. O consumo de mídia hegemônica faz parte da rotina dos estudantes, que não têm o hábito, em sua maioria, de buscar mídias alternativas.
--	--	--	--	--	--	---